



การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)  
News content management of mass media in the fake news situation

มานิช รักไทยเจริญชีพ



งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)  
ผู้วิจัย : นายมานิช รักไทยเจริญชีพ สาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร  
พ.ศ. : 2564

### บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)” มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกโดย กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มบริหารระดับสูง กลาง และระดับปฏิบัติ ในการกำหนดรายการข่าวเพื่อนำเสนอต่อสาธารณชนของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ออนไลน์ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์

ผลการศึกษา พบว่า ด้านการบริหารจัดการด้านเนื้อหาของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม องค์กรสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทในการกำหนดวาระข่าวสาร ต้องมีการจัดการเนื้อหาข่าวสาร มีการตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนของเนื้อหาข่าวสารก่อนนำเสนออย่างรอบคอบ และต้องคำนึงถึงบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวสาร

ทางด้านกรนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร พบว่า องค์กรสื่อมวลชนต้องมีการบริหารจัดการในเชิงกลยุทธ์ โดยต้องบริหารองค์กรให้สัมพันธ์และเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลง ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการข่าวของสื่อมวลชนมาใช้วิเคราะห์ เพื่อให้องค์กรสามารถบริหารจัดการและสามารถดึงดูดความสนใจ

นอกจากนี้ ตัวสื่อมวลชนเองต้องตระหนักถึงผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมโดยการเพิ่มและลดช่องว่างของการสื่อสาร ตลอดจนปลูกฝังให้ผู้รับสารได้มีการรู้เท่าทันสื่อ ไม่ให้เปิดรับและหลงเชื่อกับเนื้อหาข่าวปลอม

Titel : News content management of mass media in the fake news situation  
Researcher : Manote Rakthaicharoencheep, Faculty of Mass Communication Technology,  
Rajamangala University of Technology, Phranakhon.  
Year : 2021

### **Abstract**

The research on “News content management of mass media In the fake news situation” aims to study the management of content and news content and reporting form of mass media in a fake news situation. The study is qualitative and employs an in-depth data interview. In this research, the interviewees are the top, middle, and operational management of Thairath Online, Dailynews Online, Thai Post Online, and Manager Online, who are responsible for organizing the news program for the public report.

The finding revealed that in respect of the content management of mass media in fake news situations, the mass media organization that plays a role in setting the news agenda should prudently verify the accuracy and completeness of the news content prior to reporting and take into account the role and duty of the news report.

Regarding the news reporting, the findings indicated that the mass media organization must strategically manage the organization to be related and compatible with the changing external environment, both internal and external factors relating to the production of the mass media’s news programs to be used for analysis, in order to ensure that the organization can manage and attract the attention.

In addition, the mass media must be cognizant of the effect they have on the way of life of society members by widening and narrowing the communication gap and by encouraging viewers to engage with the media rather than adopting and blindly trusting the substance of false news.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ขอขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้เสียสละเวลาเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ คุณสืบพงศ์ อุณรัตน์ ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ คุณอภิชาติ สีดาพล นิวส์โปรดิวเซอร์ ฝ่ายบรรณาธิการข่าว ไทยรัฐทีวี คุณเพ็ญญา เข้มตรง ผู้อำนวยการส่วนผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์ คุณณปภัช อินทร์น้อย ผู้สื่อข่าวสำนักเว็บมาสเตอร์ ผู้จัดการออนไลน์ และคุณกัลยา ยืนยง ผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

ขอขอบคุณผู้บริหาร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ที่เอื้อเพื่อสนับสนุน และให้คำแนะนำในการทำวิจัยในครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องที่อาจไม่ได้กล่าวชื่อนามในที่นี้ ที่ให้ความช่วยเหลือตลอดมา ประโยชน์ที่เกิดจากงานวิจัยในครั้งนี้ล้วนเป็นผลมาจากความร่วมมืออันดีของทุกๆ ท่าน

มานิช รักไทยเจริญชีพ  
ผู้วิจัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(2)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	6
วัตถุประสงค์.....	6
ขอบเขตการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
กรอบการวิจัย.....	8
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอม (Fake News).....	9
แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	17
แนวคิดและทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูข่าวสาร.....	19
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด.....	21
แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ.....	23
แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อออนไลน์และสารสนเทศ.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	37

3. ระเบียบวิธีการวิจัย .....	45
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	45
การสุ่มตัวอย่าง.....	46
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	46
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....	46
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล .....	48
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4. ผลการวิจัย.....	55
การบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News).....	50
การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News).....	58
5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	67
สรุปผลการวิจัย .....	67
อภิปรายผลการวิจัย .....	72
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	83
ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต.....	83
บรรณานุกรม .....	84
ประวัติผู้วิจัย .....	89

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเทคโนโลยีของโลกอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เกิดสื่อสังคมออนไลน์ มีการสร้างข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ การส่งต่อหรือแชร์ข้อมูลเป็นไปอย่างง่าย สะดวกและรวดเร็ว มีทั้งรูปแบบของข้อความ รูปภาพ หรือคลิปวิดีโอ หากข้อมูลเหล่านั้นไม่ใช่ข้อเท็จจริง แต่เป็นสิ่งที่เรียกว่า “ข่าวปลอม” (Fake news) หรือ “ข่าวลวง” และมีการส่งต่อกันในวงกว้าง ทำให้มีผู้หลงเชื่อเป็นจำนวนมาก จนสร้างผลกระทบต่อบุคคลในข่าวหรือผู้เกี่ยวข้อง ดังจะเห็นได้ว่าปัญหาข่าวปลอมที่มีการเผยแพร่อย่างต่อเนื่องในโลกออนไลน์ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสื่อกระแสหลักที่ถูกเหมารวมไปด้วย (สำนักข่าวอิศรา, 2562 ออนไลน์) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว ประกอบกับมีการขยายตัวของสื่อภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งยังพบว่าการผลิตเนื้อหาข่าวที่ไม่ถูกต้องตามหลักจริยธรรม และมาตรฐานของสื่อมวลชน ทำให้เกิดการแชร์ข่าวปลอมผ่านช่องทางของโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม เป็นต้น

สถานการณ์ข่าวปลอมในต่างประเทศเป็นเหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นในยุคที่มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) หรือโซเชียลมีเดีย (Social Media) เท่านั้น แต่ในช่วงต้นของคริสต์ศตวรรษที่ 20 การพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสารนอกจากจะทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารที่ง่ายและสะดวกมากขึ้น ยังส่งผลต่อกระบวนการผลิตข่าวสารของสำนักข่าวด้วย กล่าวคือ สำนักข่าวใช้ช่องทางหรือแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นช่องทางในการแพร่กระจายข่าวสาร อีกทั้งการพัฒนาดังกล่าวได้ก่อให้เกิดสำนักข่าวออนไลน์ ซึ่งนำไปสู่การแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายบนโลกออนไลน์มากขึ้น (Sunstein 2007; Pariser 2011) ในปัจจุบันสื่อสังคมได้รับความสนใจต่อการศึกษาประเด็นข่าวปลอมมากโดยเฉพาะเฟซบุ๊ก (Facebook) เนื่องจากเฟซบุ๊กมีความแตกต่างจากสื่ออื่น ๆ ในลักษณะที่เนื้อหาต่างๆ สามารถส่งต่อไปยังผู้ใช้งาน (Facebook Users) คนอื่น ๆ โดยไม่ต้องผ่านการกลั่นกรองจากบุคคลที่สาม (Third Party Filtering) การตรวจสอบความจริง (Fact-checking) หรือการกลั่นกรองจากกระบวนการบรรณาธิการ (Editorial Judgement) (Allcott and Gentzkow, 2017) Hunt Allcott ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนิวยอร์ก (New York University) และ Matthew Gentzkow ศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (Stanford University) ศึกษาข่าวปลอมที่บนสื่อสังคมออนไลน์ว่ามีอิทธิพลต่อผลการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ค.ศ. 2016 หรือไม่ โดยผลจาก

การศึกษาพบว่า 1. สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นช่องทางสำคัญในการติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง แต่ไม่ได้เป็นช่องทางหลักในฐานะแหล่งข่าวเพื่อติดตามข่าวสารการเลือกตั้ง โดยคนอเมริกาเพียงร้อยละ 14 กล่าวว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข่าวที่สำคัญ 2. ข่าวปลอมทางการเมืองในช่วงสามเดือนก่อนการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาถูกส่งต่อมากถึง 38 ล้านครั้ง โดยแบ่งเป็นข่าวปลอมที่สนับสนุนนาย Donald Trump มีการส่งต่อ 30 ล้านครั้ง ในขณะที่ข่าวปลอมที่สนับสนุน นาง Hillary Clinton มีการส่งต่อ 8 ล้านครั้ง 3. ผู้ใหญ่ชาวอเมริกันโดยเฉลี่ยพบเห็นข่าวปลอมหนึ่งข่าวหรือมากกว่านั้น

ฉะนั้น เมื่อมีอินเทอร์เน็ต ทุกคนเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ผลิตข่าวสารข้อมูล เขียนแล้วโพสต์รับมาแล้วแชร์ต่อไป นอกจากจะมีข่าวสารข้อมูลที่เป็นความจริงเป็นประโยชน์แล้ว ยังมีเนื้อหาที่เป็นเพียงความคิดเห็นส่วนตัว โน้มน้าวชักจูง โฆษณาชวนเชื่อ เนื้อหามุ่งโจมตีฝ่ายตรงข้าม สร้างความแตกแยกชิงชัง ความเข้าใจผิดต่าง ๆ ข้อมูลทั้งจริงและไม่จริง ยากจะตรวจสอบหรือค้นหาต้นตอ อาจมีคนตั้งใจทำเนื้อหาข้อมูลเท็จขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจง บางคนรับมาแล้วแชร์เนื้อหาผิด ๆ นั้นออกไปโดยไม่ได้ตั้งใจ (Misinformation) ซึ่งการเผยแพร่ข่าวปลอมพบเห็นในหลายประเทศทั่วโลก เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาพบมีข่าวปลอมในช่วงการเลือกตั้งประธานาธิบดีเมื่อปี 2559 เมื่อค้นหาข้อมูลการเลือกตั้งผ่าน Google ระบบนำผู้ใช้ไปที่เว็บไซต์ที่บอกว่า “โดนัลด์ทรัมป์” ชนะการเลือกตั้งและได้เสียงมหาชน หรือ Popular vote มากกว่า “นางฮิลลารี คลินตัน” ซึ่งข้อเท็จจริงเป็นผลการชนะในส่วนของ Electoral vote หรือเสียงคณะผู้เลือกตั้งที่เป็นตัวชี้ขาดการเลือกตั้งผู้นำสหรัฐอเมริกาเท่านั้น กรณีประเทศอินเดีย เดือนมิถุนายนในปี 2561 เกิดเหตุการณ์ที่คนในชุมชนเชื่อข่าวปลอมที่เผยแพร่บน “whatsApp” เกี่ยวกับนักค้ามนุษย์ที่ลักพาตัวเด็ก ระบุถึงชื่อ นิโลดพัสดาส และอาพิจิตนาธ ทำให้คนในหมู่บ้านหลงเชื่อและมีการรวมตัวกันเป็นศาลเตี้ยเพื่อลงโทษผู้บริสุทธิ์ทั้งสอง กลายเป็นเกิดการก่อเหตุฆาตกรรมที่เกิดจากข่าวปลอม

ประเทศไทยมีข่าวปลอมอยู่บนเฟซบุ๊กมากมาย จากการตรวจสอบข่าวปลอมและข้อเท็จจริงบนโลกออนไลน์ของศูนย์ข่าวก่อนแชร์ สำนักข่าวไทย อสมท. พบว่าข้อมูลเท็จบนโลกออนไลน์ที่ประชาชนสอบถามมาส่วนมากมักเป็นเรื่องสุขภาพโดยเฉพาะกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โดยเฉพาะโรคมะเร็ง เพราะผู้ผลิตเรื่องเท็จเหล่านี้มองเห็นพฤติกรรมของผู้อ่านที่ขาดทักษะการตรวจสอบข้อมูลโดยเฉพาะกลุ่มผู้อ่านที่ค่อนข้างสูงอายุที่เข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตตอนอายุมากอาจจะขาดเรื่องความเท่าทันสื่อดิจิทัล ตลอดปี 2559 สามารถเก็บข้อมูลได้ว่ามีข่าวปลอมรวมกว่า 300 หัวข้อ และพบว่าแต่ละหัวข้อมีการไลค์และแชร์บนเฟซบุ๊กรวมกันอยู่ในหลักแสน (สำนักข่าวอิศรา, 2562 ออนไลน์)

ปัจจุบันมีการเผยแพร่ข่าวปลอม (Fake News) จำนวนมากในสังคมออนไลน์ โดยสามารถแบ่งข่าวปลอมออกเป็นกลุ่ม ดังนี้ กลุ่มข่าวภัยพิบัติ กลุ่มเศรษฐกิจ กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพ



และกลุ่มนโยบายรัฐบาล ซึ่งข่าวปลอมนั้นขัดต่อความสงบเรียบร้อยของสังคมขัดต่อศีลธรรมอันดีและความมั่นคงภายในประเทศ และโดยที่ข่าวปลอมนั้นสามารถทำได้ง่าย เผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วในสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้ที่ได้รับข่าวปลอมหลงเชื่อ เข้าใจผิดและส่งต่อข่าวปลอมให้แก่ผู้อื่นด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ส่งผลให้ประชาชนได้รับข้อมูลและข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง และแม้ว่าการนำข้อมูลปลอม ข่าวปลอม ข้อมูลอันเป็นเท็จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ หรือส่งต่อข้อมูลอันเป็นเท็จ จะมีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 แต่กลับพบว่ามีการผลิตข่าวปลอมจำนวนมากออกอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มมากขึ้น มาตรการทางกฎหมายที่มีอยู่ จึงอาจไม่เพียงพอต่อการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น จึงตั้งข้อสังเกตว่ากระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีมาตรการในการเฝ้าระวัง กลั่นกรอง ตรวจสอบ และแก้ไขปัญหาข่าวปลอมที่เผยแพร่ในสังคมออนไลน์หรือไม่ อย่างไร และมีนโยบายที่จะบูรณาการความร่วมมือของภาครัฐภาคเอกชน ภาควิชาการและวิชาชีพในการป้องปรามข่าวปลอมทางสังคมออนไลน์ และนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องให้ประชาชนได้รับทราบเป็นการทั่วไปหรือไม่ อย่างไร

นอกจากนี้ ยังมีตัวเลขจากสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) เรื่องภูมิทัศน์สื่อสารของประเทศไทย 5 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง ความครอบคลุมของโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงไร้สาย ซึ่งในขณะนี้มี ความครอบคลุม ร้อยละ 94 ประการที่สองการพัฒนาโครงข่ายทางสายไฟเบอร์ออฟติก มีความครอบคลุมเพิ่มขึ้นมากกว่า 420,000 กิโลเมตร ประการที่สาม อัตราการเข้าถึงบริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ต่อครัวเรือนเพิ่มขึ้น ร้อยละ 43.38 ประการที่สี่ มีการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ 125 ล้านเลขหมาย โดยเป็นการใช้งานอินเทอร์เน็ตเคลื่อนที่ 74 ล้านเลขหมาย ดังนั้น จึงมีดิจิทัลอินเทอร์เน็ตแพลตฟอร์ม 34 ล้านเลขหมาย ซึ่งทำให้เผยแพร่ข่าวได้ง่าย ประการที่ห้า การใช้งานเชื่อมต่อข้อมูลขณะนี้ 2.5 กิกะไบต์ต่อคนต่อเดือน และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 7 กิกะไบต์ต่อคนต่อเดือน ในปี พ.ศ. 2564 ดังนั้น ชีวิตผู้คนส่วนใหญ่จึงผูกพันกับเรื่องเหล่านี้ รัฐบาลจึงควรดำเนินงานในเชิงรุก และมีข้อเสนอว่า กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมควรเตือนประชาชนให้ตระหนักถึงภัยต่าง ๆ ในสังคมออนไลน์ รวมถึงโทษของการเผยแพร่ข่าวปลอมในสังคมออนไลน์ด้วย และควรใช้ Social Control และ Family Control โดยให้คนในครอบครัวหรือเพื่อนช่วยเตือนกันเอง รวมทั้งควรปรับเปลี่ยนการลงทะเบียนโนโซเซียลมีเดียซึ่งทำได้ง่าย โดยเห็นควรให้ใช้เลขประจำตัวสิบสามหลักในการลงทะเบียนแทน

โดยประชาชนคนไทยจำนวนประมาณ 66.4 ล้านคน มีคนใช้สื่อที่เป็นโทรศัพท์มือถือหรือสื่อที่เป็นดิจิทัล ร้อยละ 187 ซึ่งหมายความว่าหนึ่งคนมีโทรศัพท์มือถือมากกว่าหนึ่งเครื่อง และมีคนไทยเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตสื่อสารออนไลน์ได้ถึงร้อยละ 80 ส่วนการดำเนินการต่อข่าวปลอมที่เผยแพร่ในสังคมออนไลน์นั้น ปัจจุบันได้มีการตั้งศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม (Anti-Fake News Center)

ที่มีคณะกรรมการซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากสมาคมผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ ผู้สื่อข่าววิทยุ ภาคประชาสังคม และนักวิชาการ และแบ่งคณะกรรมการตามกลุ่มข่าว 4 กลุ่ม คือ กลุ่มภัยพิบัติ กลุ่มเศรษฐกิจ กลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพ วัตถุอันตราย เครื่องสำอางต่าง ๆ และกลุ่มนโยบายรัฐบาลที่ถูกบิดเบือนโดยในการดำเนินการจะใช้ระบบในการตรวจสอบ 2 วิธี คือ วิธีที่หนึ่ง ให้ประชาชนส่งข่าวเข้ามา วิธีที่สอง ใช้ระบบ Social Listening คือ ระบบ AI โดยมีระบบคอมพิวเตอร์คอยตรวจจับข่าวที่มีการเผยแพร่ในโซเชียลมีเดีย ซึ่ง มีข่าวที่มีความเสี่ยงว่าเป็นข่าวปลอมประมาณ 5 แสนกว่าข้อความ และในศูนย์นี้จะมีเจ้าหน้าที่ประจำอยู่ประมาณ 30 คน ทำงาน 24 ชั่วโมง แบ่งเป็น 3 ผลัด คอยติดตามว่าข้อมูลที่ประชาชนเผยแพร่มากที่สุด จำนวน 10 อันดับแรก เป็นข้อมูลที่เป็นข่าวจริงหรือไม่ เมื่อตรวจสอบแล้วจะคัดกรองโดยคณะกรรมการ และเข้าสู่กระบวนการตรวจสอบว่าเป็นข่าวจริงหรือไม่จริง โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ ให้ส่งบุคลากรมาช่วยตรวจสอบโดยไม่เกิน 2 ชั่วโมง ในการระบุว่า เป็นข่าวจริงหรือไม่จริง เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ ทั้งนี้กลุ่มคนที่แพร่ข้อมูลข่าวเท็จมากที่สุด คือ ผู้ที่มีอายุ 50ปีขึ้นไป และเมื่อมีการตรวจสอบข้อมูลจากหน่วยงานเรียบร้อยแล้ว ก็จะประมวลข้อมูลเป็นกราฟิกและส่งเข้าเว็บไซต์ โน้ตบุ๊ก และทวีตเตอร์ของศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม โดยในช่องทางเหล่านี้ประชาชนสามารถเข้าไปตรวจสอบได้ว่าข่าวที่เผยแพร่กันอยู่นั้นเป็นข่าวจริงหรือเท็จ นอกจากนี้ ประชาชนยังสามารถโทรศัพท์ไปที่ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมเพื่อตรวจสอบข่าวได้ สำหรับการบังคับใช้กฎหมาย จะมีเจ้าหน้าที่ตำรวจ เจ้าหน้าที่จากกองบังคับการปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี ทั้งนี้ ฝ่ายสืบสวนสอบสวน ดำเนินการติดตามจับกุมผู้กระทำความผิดต่อไป ส่วนกรณีการลงทะเบียนนั้น ได้มีการหาแนวทางในการกำหนดวิธีการลงทะเบียนให้มีความรัดกุมมากขึ้น ส่วนเว็บไซต์ที่ไม่เหมาะสมสำหรับเด็กและเว็บพนันออนไลน์จำนวนมากนั้น หน่วยงานของรัฐไม่สามารถปิดได้หมด เนื่องจากเจ้าของเป็นบริษัทเอกชนในต่างประเทศ และโดเมนอยู่ในต่างประเทศ

นอกจากนี้ยังพบว่า มีประชาชนจำนวนไม่น้อยให้ความสนใจและเชื่อถือข้อมูลที่ส่งต่อกันบนโลกโซเชียลมีเดีย แม้สิ่งนั้นจะเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกับหลักฐานวิชาการและข้อมูลทางการแพทย์ก็ตาม โดยสาเหตุที่คนไทยเชื่อใจโซเชียลมีเดียมากกว่าหมอ เพราะเนื้อหาเข้าใจง่ายกว่า ได้รับข้อมูลบ่อยกว่า และได้รับมาจากคนที่ตนเองไว้ใจ (วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล และคณะ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของกันตาร์ ทีเอ็นเอส จากโครงการ คอนเนคเต็ดไลฟ์ (Connected Life) โดยเฉพาะในยุคที่มักพบข่าวปลอมแพร่ระบาดบนโลกสื่อสังคมออนไลน์ พบว่าคนไทยถึงร้อยละ 40 กลับเชื่อถือข้อมูลที่ได้รับจากช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยจากประเทศอื่นถึงร้อยละ 35 (สถิตินำรัฐ Digital Movement ทั่วโลก ปี 2017, 2560)

อนึ่ง เป็นที่น่าสังเกตว่า ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา มีการเผยแพร่ข่าวปลอมในประเทศไทย และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วมาก บางครั้งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความอ่อนไหวและไม่ใช่เรื่องจริง

หรืออาจเป็นเรื่องจริงในวันพรุ่งนี้ ส่วนช่องทางการเผยแพร่ข่าวปลอมในไทยมักใช้เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ยูทูบ และไลน์ เป็นต้น มีรูปแบบตั้งแต่การสร้างเว็บไซต์ปลอมและการเลียนแบบเว็บไซต์สำนักข่าวชื่อดัง รวมถึงการสร้างเพจเลียนแบบเพจของสำนักข่าว ซึ่งเป็นสิ่งที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการเผยแพร่ของข่าวปลอมได้สร้างผลกระทบต่อสังคมและองค์กรวิชาชีพ โดยเฉพาะกรณีสื่อมวลชนเป็นผู้เผยแพร่ข่าวปลอมต่อโดยไม่ได้ผ่านขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลก่อน เป็นสิ่งที่สร้างความเสียหายทำลายความน่าเชื่อถือของสื่ออย่างชัดเจนซึ่งกองบรรณาธิการข่าวออนไลน์ จะต้องตรวจสอบข่าวปลอมทุกครั้ง ซึ่งผลกระทบของ Fake News ผู้รับได้ข้อมูลไม่ถูกต้อง ทำให้ตัดสินใจผิดพลาด อาจส่งผลเสียต่อชีวิตและทรัพย์สิน เช่น แชรข้อมูลว่าตีมน้ำมะนาวช่วยรักษาโรคมะเร็งได้ ผู้ป่วยอาจเลิกไปรักษาด้วยวิธีเคมีบำบัดกับหมอ ทำให้มะเร็งลุกลามถึงขั้นเสียชีวิต และผู้รับสารเกิดความตระหนกตกใจ เช่น ข้อมูลเท็จเกี่ยวกับภัยพิบัติ หรือโรคระบาดต่าง ๆ อาจทำให้ผู้คนแตกตื่น แห่กักตุนของกินของใช้ หรือไปเข้าคิวฉีดวัคซีนป้องกันโรคซึ่งไม่เกิดขึ้นจริง ข่าวการเมืองหรือนโยบายของรัฐที่อาจทำให้หุ้นขึ้นหรือลง นักลงทุนเทขายหุ้นหรือซื้อเพื่อเก็งกำไร อีกทั้งผู้ถูกแอบอ้างได้รับความเสียหาย เช่น ถูกล้อเลียน ดูหมิ่น กลั่นแกล้งรังแก (bully) เพราะข้อมูลเท็จที่เกิดจากการตัดต่อให้ดูตลกขบขัน ถูกเกลียดชังจากข้อมูลเท็จเชิงใส่ร้ายป้ายสี หรือตัวอย่างข่าวดาราดังป่วยหนักใกล้เสียชีวิต ทำให้ประชาชนสงสาร มีจิตอาสาช่วยเหลือบริจาคเงินช่วยเหลือครอบครัวดาราดัง นอกจากนี้ ข้อมูลที่ทำให้เกิดความขัดแย้งในสังคม เช่น ข้อมูลเท็จทางการเมือง ข่าวสถานการณ์ระหว่างประเทศ อาจนำไปสู่ความไม่สงบสุขในสังคม สร้างปัญหาระหว่างประเทศได้ (ETDA, 2562) โดยมีวิธีการดังต่อไปนี้

อันดับแรก จะต้องตรวจสอบที่มาของแหล่งข้อมูล เช่น ตรวจสอบไปที่บุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นต้นตอของข่าว ตรวจสอบโดเมนของเว็บไซต์หรือลิงก์ข้อมูลที่เผยแพร่ข่าว รวมถึงประสานงานกับหน่วยงานข่าวภายในองค์กร เช่น กองบรรณาธิการข่าวออนไลน์ และกองบรรณาธิการข่าวของสถานีโทรทัศน์ที่อยู่สำนักเดียวกัน

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีบทบาทสำคัญในโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เมื่อมีคนเข้าไปใช้แพลตฟอร์มนั้นๆ เพิ่มขึ้นเจ้าของพื้นที่ก็จะขยายประเภทธุรกิจไปมากกว่าการเป็นพื้นที่ที่สื่อสารคนใช้สื่อออนไลน์มีทั้งแบบที่เป็นข้อมูลการสนทนาส่วนตัวเฉพาะกลุ่มและเปิดเผยต่อสาธารณะหรือติดตามข่าวสารและความบันเทิงข่าวลวงหรือข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงเหล่านี้ก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วยทำให้เกิดผลกระทบอย่างกว้างขวางและต้องมีการกำกับดูแลโดยข่าวลวงที่กระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพ การหลอกลวงให้ลงทุน การขายสินค้าอันตรายและผิดกฎหมาย จะมีการหามาตรการและแนวทางในการจัดการกับเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม ร่วมกับหน่วยงานราชการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาถึง การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน สื่อมวลชน และผู้ใช้งานสื่อสังคม

ออนไลน์ที่สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อเข้าใจลักษณะของข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์ แนวทางการสร้างความรู้เท่าทันข่าวปลอมในรูปแบบต่างๆ รวมถึงทราบถึงสิ่งที่มีผลต่อความเชื่อในข่าวปลอมต่อไป

## 1.2 ปัญหาวิจัย

1.2.1 การบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ควรเป็นอย่างไร

1.2.2 การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ควรมีลักษณะใด

## 1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

1.3.2 เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake news)” มีขอบเขตของโครงการวิจัย ดังนี้

1.4.1 ด้านกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มบริหารระดับสูง กลาง และระดับปฏิบัติการ ในการกำหนดรายการข่าวเพื่อนำเสนอต่อสาธารณชน

1.4.2 ด้านเนื้อหา ศึกษาเฉพาะเนื้อหาข่าวที่สื่อสารผ่านตัวอักษร และภาพประกอบของสื่อในช่องทางออนไลน์ ของ 4 องค์กรสื่อสารมวลชน ได้แก่ ไทยรัฐออนไลน์ เดลินิวส์ออนไลน์ ไทยโพสต์ออนไลน์ และผู้จัดการออนไลน์

## 1.5 นิยามศัพท์

การบริหารจัดการ หมายถึง การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งในด้านความสำคัญ และความน่าสนใจ

เนื้อหาข่าวสาร หมายถึง สิ่งสื่อความหมายให้รู้เรื่องราวข้อเท็จจริง ข้อมูล หรือสิ่งใด ๆ ที่อาจจะปรากฏให้เห็นเป็นข้อความ ตัวเลข สัญลักษณ์ เสียง และสิ่งอื่น ๆ ที่ทำให้มนุษย์สามารถเข้าใจ และรู้ความหมายได้ ที่นำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสาร หมายถึง ขั้นตอนของการสื่อสารเพื่อเสนอข้อมูลความรู้ ความคิดเห็น หรือความต้องการไปสู่ผู้รับสาร โดยถ่ายทอดเนื้อหาสาระผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ข่าวปลอม หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาอันไม่เป็นข้อเท็จจริง หลอกหลวง หรือข่าวสร้างสถานการณ์ รวมถึงการเขียนข่าวที่ได้รับการสนับสนุนอย่างปิดบังหรือแอบแฝง ซึ่งนำเสนอในสื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ ไทยรัฐออนไลน์ เดลินิวส์ออนไลน์ ไทยโพสต์ออนไลน์ และผู้จัดการออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง ไทยรัฐออนไลน์ เดลินิวส์ออนไลน์ ไทยโพสต์ออนไลน์ และผู้จัดการออนไลน์

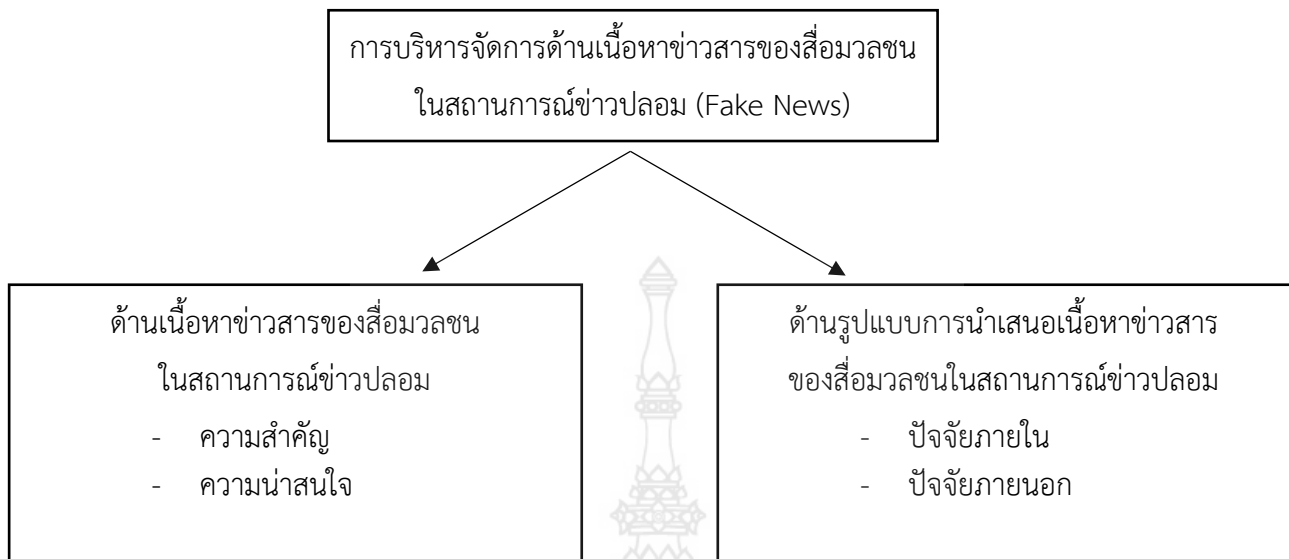
## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้เกิดการพัฒนาคณะความรู้วิชาการองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนในระดับมหาวิทยาลัย

1.6.2 หน่วยงานของรัฐ และสถาบันการศึกษาเกิดผลงานวิจัยต่อยอด หรือโครงการเกี่ยวกับการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake news)

1.6.3 นักเรียน นักศึกษา และผู้ที่สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปเพิ่มพูนความรู้ และเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต

## 1.7 กรอบการวิจัย



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)” ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย มีดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอม (Fake News)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper)
- 2.6 ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ
- 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อออนไลน์และสารสนเทศ
- 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอม (Fake News)

เมื่อกล่าวถึงข่าวลวงหรือข่าวปลอม (fake news) เป็นที่กล่าวถึงมากมายในประเทศไทย ทั้งรัฐบาลและประชาชนก็มีความสนใจ เข้าใจ และคาดหวังในเรื่องนี้ที่แตกต่างกันไป

ข่าวปลอม (Fake News) เป็นปรากฏการณ์ที่ได้ยินมากในยุคการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต แต่ที่จริงแล้วเนื้อหาจำพวกที่แสดงความคิดเห็นชวนให้เชื่อจนเกินข้อเท็จจริงเกิดขึ้นมาก่อนยุคอินเทอร์เน็ตเฟื่องฟู แต่ข่าวปลอมกลายเป็นปัญหาใหญ่ในยุคที่สื่อสารผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลด้วยการแพร่กระจายเนื้อหาในลักษณะไวรัล ซึ่งอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ข้อมูลส่งต่อถึงกันได้รวดเร็วและเชื่อมโยงไปยังการรับรู้ของคนอื่น ๆ ได้เพราะเมื่อเราส่งต่อ (Share) สิ่งที่เรารับรู้ออกไปเพื่อนเราก็จะรับรู้ไปด้วย (เจิต บรรดาศักดิ์, 2562)

ดังนั้น ข่าวปลอมจึงไม่ใช่เรื่องใหม่แต่เป็นเรื่องที่มีมานานตั้งแต่ยุคโบราณจนมาถึงยุคสื่อสังคมออนไลน์ ที่พฤติกรรมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนแปลงไปหันมาเสพข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น จากเดิมที่เคยติดตามข่าวสารจากสำนักข่าวที่มีชื่อเสียงเปลี่ยนมาเป็นการอ่านพาดหัวข่าว หรืออ่านข่าวที่คนรู้จักส่งต่อมาแทน เมื่อข่าวบนสื่อสังคมออนไลน์ได้รับการยอมรับมากขึ้น

บวกกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่มักมีแนวโน้มเชื่อในสิ่งที่เราเชื่ออยู่แล้วก็ทำให้ข่าวที่อาจไม่ถูกต้องในข้อเท็จจริง (Fact) แต่ถูกใจคนอ่าน ได้รับความนิยมนมากขึ้นตามไปด้วย ปัจจัยเหล่านี้จึงเอื้อให้เกิดสำนักข่าวใหม่ ๆ เป็นจำนวนมาก สำนักข่าวเหล่านี้รู้ว่าผู้อ่านชอบข่าวแบบไหน จึงพยายามประดิษฐ์หรือสร้างสรรค์ข่าวที่ผู้รับสารชื่นชอบ (อิสริยะ ไพรีพายฤทธิ, 2560)

### 2.1.1 คำจำกัดความของข่าวปลอม

ข่าวปลอม คือ ข่าวที่เป็นเท็จ เรื่องราวเหล่านั้นถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยไม่มีข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาหรือคำพูดได้ บางครั้งเรื่องราวเหล่านี้ อาจเป็นการโฆษณาชวนเชื่อที่มีเจตนาออกแบบมาเพื่อทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดหรืออาจทำให้เป็นการพาดหัวเรียกแขก (Click Bait) เพื่อหวังผลประโยชน์จากคนจำนวนมาก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเรื่องราวข่าวปลอมได้เผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ได้ง่ายและรวดเร็ว (Desai, Mooney & Oehrli, 2017) ข่าวปลอมมีส่วนประกอบของข้อมูลที่เป็นเท็จ จงใจหลอกลวง และได้รับการออกแบบเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มักได้รับการเผยแพร่บนเว็บไซต์คล้ายคลึงกับข้อมูลปลอม ข่าวปลอมจะใช้ภาษาและภาพข่าวของการรายงานข่าวเพื่อสร้างความเชื่อถือกับผู้อ่าน ซึ่งแตกต่างจากการรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์ รวมถึงข้อมูลที่มีการปลอมแปลงอย่างจงใจ ทำเช่นนี้เพื่อดึงดูดผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อรับผลประโยชน์ทางการเงิน (Nurse, 2016)

คำว่า "ข่าวปลอม" กลายเป็นคำที่ถูกใช้ในความหมายที่กว้างขึ้นทั้งข่าวปลอมแบบออร์แกนิก คือ เป็นข่าวปลอมที่คนเขียนตั้งใจให้เชื่อแบบผิด ๆ โดยอาจเป็นข่าวขึ้นมาจากการคุยโวโอ้อวดของคนบางคนซึ่งปราศจากความจริงแล้วเป็นข่าว หรือเป็นข่าวปลอมแบบที่คนเขียนไม่คิดอยู่แล้วว่าคนอ่านจะเชื่อแต่หวังยอดแชร์ บางข่าวถูกมองว่าเป็นข่าวปลอมเพราะมาจากการมองต่างมุม ทำให้ตีความคนละแบบ ขณะที่บางส่วนเป็นข่าวจริงที่พูดถึงข้อมูลที่อาจจะไม่เป็นจริง (พิณ พัฒนา, 2560)

โดยสรุป ข่าวปลอม หรือ Fake News หมายถึง ข่าวหรือเรื่องราวที่มีเนื้อหาเป็นเท็จ ถูกประดิษฐ์สร้างขึ้น โดยไม่มีข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาหรือคำพูดได้ หรือข่าวปลอมบางข่าวอาจมีข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้แต่อาจมีข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อมีเจตนาบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง

### 2.1.2 ลักษณะเนื้อหาของข่าวปลอม

การแบ่งประเภทเนื้อหาของข่าวปลอมเป็นเรื่องที่มีความท้าทายเพราะการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นเท็จบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยงานวิจัยส่วนมากใช้เกณฑ์เรื่องของความจริง (Truth) เปรียบเทียบกับความเท็จ (Falsity) เป็นเกณฑ์หลักในการวิเคราะห์ข่าวปลอม หรือพิจารณาว่าข่าว



ปลอมเป็นความผิดปกติของข้อมูลอย่างหนึ่งที่ทำให้มีความสำคัญต่อการแยกแยะระหว่าง “ข่าวปลอมที่มีจุดประสงค์ (Purposeful)” และ “ข้อมูลเท็จอย่างไม่ตั้งใจ (Accidental Misinformation)” อีกทั้งจากข้อเท็จจริงที่ว่าผู้ที่อ่านข่าวปลอมหรือข้อมูลที่ เป็นเท็จ (False Information) ผู้อ่านอาจจะไม่ได้เชื่อข้อมูลดังกล่าว ดังนั้น การจัดประเภทและการวิเคราะห์ที่ใช้แนวคิดเรื่องความความจริงและความเท็จไม่เพียงพอต่อการศึกษาข่าวปลอม (Karlova & Fisher, 2013)

นักวิชาการพยายามศึกษากรให้ความหมายของข่าวปลอมและจัดประเภทของข่าวปลอม จากการศึกษาเรื่อง Defining “Fake News” A typology of scholarly definitions ที่ศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการให้ความหมายและจัดประเภทข่าวปลอมผ่านจากผลงานวิชาการ 34 ผลงานในช่วง ค.ศ. 2003-2017 (Tandoc Jr., Lim, and Ling, 2017) โดยสามารถจัดประเภทข่าวปลอมว่ามีรูปแบบดังต่อไปนี้

1. ข่าวปลอมมีรูปแบบเสียดสี (News Satire) หมายถึง การล้อเลียนโดยใช้อารมณ์ขัน (humor) หรือการกล่าวเกินจริง (Exaggeration) ต่อผู้บริโภคว่าสารโดยต้องการนำเสนอความบันเทิง (Entertainment) มากกว่าข้อเท็จจริง (Facts) เพื่อดึงดูดผู้รับสาร

2. ข่าวปลอมมีรูปแบบล้อเลียน (News Parody) หมายถึง คือ ข่าวสารที่มีการใช้อารมณ์ขัน (humor) เพื่อสร้างความสนใจแก่ผู้บริโภคว่าสารและมีรูปแบบการนำเสนอข่าวสารเหมือนกับสื่อมวลชนกระแสหลัก (Mainstream News Media) อีกทั้งยังมีความแตกต่างกับข่าวปลอมแบบแรก คือข่าวปลอมแบบล้อเลียนจะเป็นข้อมูลที่ไม้อยู่บนพื้นฐานของความจริงในการนำเสนอ

3. ข่าวปลอมเป็นข่าวประดิษฐ์ขึ้น (Fabricated Content) หมายถึง ข่าวสารที่ไม่มีฐานความจริงใด ๆ และใช้วิธีการนำเสนอข่าวคล้ายคลึงกับสื่อมวลชนเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ ข่าวปลอมในลักษณะดังกล่าวเป็นข่าวปลอมที่พบเห็นได้ในหลายช่องทาง อาทิ เว็บไซต์ บล็อก หรือเครือข่ายสังคมออนไลน์

4. ข่าวปลอมเกิดจากการตัดต่อภาพถ่าย (Photo Manipulation) หมายถึง ข่าวปลอมที่ใช้ภาพถ่ายหรือวิดีโอและใส่คำบรรยายที่แต่งขึ้น

5. ข่าวสารแบบการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) หมายถึง ข่าวปลอมในลักษณะดังกล่าวใช้อธิบายสื่อโฆษณาที่มีรูปแบบการรายงานข่าว (News Report) รวมไปถึงข่าวแจก (Press Release) ที่เผยแพร่ หรือกล่าวได้ว่าข่าวปลอมถูกให้นิยามตามประเภทดังกล่าว เมื่อนักประชาสัมพันธ์ใช้วิธีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ในลักษณะของข่าวสาร

6. ข่าวปลอมในฐานะโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) หมายถึง ข่าวที่ถูกสร้างขึ้นในบริบททางการเมืองเพื่อสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้ทางการเมืองของสาธารณชน โดยวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อประโยชน์แก่บุคคลสาธารณะ องค์กร และแก่รัฐบาล

งานวิจัยข้างต้นใช้ลักษณะเนื้อหาของข่าวปลอมเพื่อเปรียบเทียบความเท็จจริง (Facticity) กับเจตนา (Intention) ซึ่งความเท็จจริง หมายถึง ระดับของข้อเท็จจริงที่ปรากฏในข่าว อาทิ เช่น ข่าวปลอมที่มีลักษณะเสียดสีจะมีเนื้อหาที่อยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง แต่นำเสนอในรูปแบบที่ขบขันในขณะที่ข่าวปลอมที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นจะไม่ปรากฏความจริงใด ๆ หรือมีระดับของความเท็จจริงในระดับต่ำ

นอกจากนี้ เจตนา หมายถึง ระดับความตั้งใจของผู้สร้างข่าวปลอมว่ามีเจตนาที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิดมากน้อยเพียงใด เช่น ข่าวปลอมแบบเสียดสีและล้อเลียนมีการบิดเบือนข้อเท็จจริงเพื่อให้เกิดอารมณ์ขันแก่ผู้รับสาร แต่ไม่ได้ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดต่อประเด็นต่าง ๆ ในทางกลับกันเนื้อหาถูกประดิษฐ์ขึ้นและข่าวปลอมที่เกิดจากการตัดต่อภาพถ่ายมีระดับเจตนาที่อยู่ในระดับที่สูงกว่าข่าวปลอมที่เสียดสีหรือล้อเลียน เพราะเป้าหมายของข่าวปลอมลักษณะนี้ คือการให้ข้อมูลที่ผิดและต้องการดึงดูดจำนวนผู้รับสารให้เข้าไปดูเพื่อผลประโยชน์ทางการเงิน ดังนั้นประเภทของข่าวปลอมข้างต้นทั้งเจ็ดประเภทสามารถนำมาจัดระดับความเท็จจริงกับระดับของเจตนาได้

### 2.1.3 ประเภทของข่าวปลอม

ข่าวปลอมเป็นข้อมูลที่ผิดพลาดและบิดเบือนเรื่องราวซึ่งสร้างขึ้นโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม การบิดเบือนข้อมูลให้เป็นข้อเท็จจริงโดยเจตนาและแพร่กระจายเพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสาธารณชนหรือปิดบังความจริง โดยแบ่งประเภทข่าวปลอมและข่าวที่สร้างความเข้าใจที่ผิด (เกลียวพันธ์ ลีละสร, 2561) ดังนี้

1) การโฆษณาชวนเชื่อ เป็นข้อมูลที่แพร่กระจายไปสู่ความคิดหรือเปลี่ยนความคิด มุมมอง ทำให้รู้สึกคล้อยตาม การโฆษณาชวนเชื่อ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยใช้การดึงดูดความสนใจของผู้ชม

2) การยั่วให้คลิก หรือคลิกเบต เป้าหมายหลักของคลิกเบต คือ การกระตุ้นความสนใจของผู้คนให้คลิกผ่านเนื้อหาเพื่อเพิ่มรายได้จากโฆษณา

3) เนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน หรือเนื้อหาโฆษณาบนสื่อออนไลน์ ผลการวิจัยในปี 2016 จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด พบว่า ร้อยละ 80 ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน หรือที่เรียกว่า การโฆษณาเนทีฟ คิดว่าเป็นข่าวจริง

4) ข่าวลือเลียงและเสียดสี ข่าวลือเลียงเป็นเรื่องตลกที่นำเสนอในรูปแบบทั่วไป ใช้เนื้อหาที่ตลกขบขันเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข่าวในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งเป็นเรื่องง่ายที่จะเลียนแบบแหล่งข่าวที่ถูกต้อง และข่าวเสียดสีเป็นข่าวที่อาศัยการประชดประชันและอารมณ์ขันแบบหน้าตาย

5) ข่าวที่ผิดพลาด บางครั้งแม้แต่ข่าวที่เผยแพร่จากสำนักข่าวออนไลน์ที่เชื่อถือได้ก็อาจมีความผิดพลาดได้เช่นกัน เช่น การเขียนข้อความที่ผิดที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจไปในทิศทางอื่นหรือไม่เข้าใจในข่าวนั้น

6) ข่าวที่นำเสนอเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เป็นข่าวที่บิดเบือนเนื้อหาหรือสร้างขึ้นมาเพื่อเข้าข้างหรือโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

7) ทฤษฎีสมคบคิด เป็นเรื่องเล่าหรือบทความที่สร้างขึ้นมาจากความคิดของคนหรือกลุ่มคน โดยนำเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกัน ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ซ่อนเร้นอื่น ๆ เพื่อให้ประโยชน์ ให้โทษต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งใด หรืออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ลักษณะของทฤษฎีสมคบคิดโดยทั่วไปมีข้อเท็จจริงประกอบอยู่เพียงเล็กน้อยหรือส่วนหนึ่งเพียง เพื่อเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือว่ามีหลักฐานสนับสนุนที่ดูเหมือนเกี่ยวข้องกันเท่านั้นอาจมีเหตุผลสนับสนุนจากความเชื่อส่วนบุคคล

8) วิทยาศาสตร์ลวงโลก คือ การแอบอ้าง หรือความเชื่อ หรือแนวทางปฏิบัติที่บอกว่า เป็นวิทยาศาสตร์ แต่จริง ๆ แล้วไม่ได้ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้องหรือไม่มีหลักฐานหรือความเป็นไปได้ใด ๆ มาสนับสนุน มีบทบาทเหมือนกันกับทฤษฎีสมรู้ร่วมคิด แต่อย่างไรก็ตาม วิทยาศาสตร์มักใช้ทฤษฎีนี้มากกว่าทฤษฎีสมรู้ร่วมคิด บางครั้งก็จะพบเป็นลักษณะเว็บไซต์หรือข่าวที่หลอกหลวงเกี่ยวกับสุขภาพหรืองานวิจัยที่ถูกบิดเบือน

9) ข่าวที่ให้ข้อมูลผิด ๆ สามารถพบได้ในประเภทข่าวที่ขึ้นทำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยข้อมูลข่าวที่ไม่ถูกต้องมีความแตกต่างจากการตั้งใจบิดเบือน

10) ข่าวปลอมที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ คือ ข่าวปลอมที่เจตนาในการสร้างขึ้นมาเพื่อให้เป็นข่าวปลอมที่สมบูรณ์ อาจมีเนื้อเรื่อง ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเท็จมาประกอบกัน อาจรวมถึงการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าวหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ทุกวิธีการที่จะทำให้ข่าวนั้นเป็นข่าวปลอมที่สมบูรณ์มากขึ้น

#### 2.1.4 รูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอม

การจำแนกรูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอมและข่าวที่สามารถสร้างความเข้าใจผิดหรือบิดเบือนตามประเภทเนื้อหาได้ 7 รูปแบบ (Wardle, 2017) คือ

- 1) มีเนื้อหาเลียนแบบ ล้อเลียน เสียดสี มีเนื้อหาล้อเลียน เสียดสีให้รู้สึกขบขัน
- 2) มีเนื้อหาชี้แนะ อาจมีเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริงแต่อาจบิดเบือนข้อมูลไปในเชิงชี้แนะไปในทางใดทางหนึ่ง หรือสร้างเนื้อหาให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ บางครั้งอาจสร้างขึ้นมาจากผลประโยชน์บางอย่าง
- 3) มีเนื้อหาแอบอ้าง การแอบอ้างเป็นแหล่งข้อมูลหรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือให้ข้อมูล
- 4) เนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้น เป็นเนื้อหาปลอมที่สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมดเป็นเจตนาที่จะสร้างเนื้อหาที่เป็นข่าวปลอมขึ้นมา
- 5) มีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ผิด มีเนื้อหาพาดหัวข่าว ภาพประกอบข้อมูลรายละเอียดไม่ไปในทิศทางเดียวกัน
- 6) เนื้อหาที่ผิดบริบท มีเนื้อหาข้อมูลจริงแต่ใช้ไม่ถูกในบริบทหรือสถานการณ์นั้น
- 7) เนื้อหาที่หลอกลวง มีเนื้อหาข้อมูลจริงแต่ใช้เพื่อเจตนาหลอกลวง

#### 2.1.5 ผลกระทบจากข่าวปลอม

นอกจากนี้ยังพบการทำงานของอัลกอริทึม (Algorithm) ที่ส่งผลต่อการแบ่งขั้วทางการเมืองโดยจากการศึกษาของ Wong, Levin, & Solon (2016) เรื่อง Bursting the Facebook bubble: we asked voters on the left and right to swap feeds ในบริบทการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ค.ศ. 2016 เพื่อทดสอบผลกระทบของการแบ่งขั้วทางการเมืองบนเฟซบุ๊ก โดยผู้ทำการทดสอบสร้างบัญชีผู้ใช้งานเฟซบุ๊ก 2 บัญชีซึ่งแต่ละบัญชีที่ถูกสร้างขึ้นนั้นได้กดติดตามช่องทางข่าวสารที่มีเนื้อหาอนุรักษนิยม (Conservative) และบัญชีเฟซบุ๊กที่กดติดตามช่องทางข่าวสารที่มีเนื้อหาเสรีนิยม (Liberal) โดยผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยจำนวน 10 คนต้องเข้าบัญชีเฟซบุ๊กที่มีลักษณะตรงข้ามกับความคิดทางการเมืองของตนเองในช่วงเดือนสุดท้ายก่อนการเลือกตั้ง ผลการศึกษาพบว่าบุคคลที่ได้รับข่าวสารที่มีความแตกต่างจากความเชื่อเดิมหรือห้องเสียงสะท้อน (Echo Chambers) เดิมอันเกิดจากอัลกอริทึมของเฟซบุ๊ก ผู้ใช้งานยืนยันความเชื่อเดิม (Pre-existing Views) ที่มีต่อฝ่ายตรงข้าม (The Other Side) เมื่อเป็นเช่นนี้แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะเฟซบุ๊กเชื่อข่าวสารทางการเมืองที่ปรากฏบนเฟซบุ๊ก ปัจจัยทางในตัวบุคคลแสดงให้เห็นว่าอัลกอริทึมบนสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการ

แบ่งขั้วทางการเมืองโดยจากการศึกษาของ Liu & Liao (2013) เรื่อง Beyond the Filter Bubble: Interactive Effects of Perceived Threat and Topic Involvement on Selective Exposure to Information ซึ่งให้เห็นว่าถึงแม้จะมีการให้ข้อมูลที่โต้แย้งกับความเชื่อเดิม แต่ผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยเลือกข้อมูลที่ยืนยันความเชื่อเดิมของตนซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวยังเกี่ยวกับกับปัจจัยอื่น ๆ อาทิ ปัจจัยทางด้านสถานการณ์และปัจจัยทางด้านตัวบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Del Vicario, Zollo, Caldarelli, Scala, & Quattrociocchi (2017) เรื่อง Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate ศึกษาการเปิดรับสื่อและการบริโภคข่าวสารบนเฟซบุ๊ก

สรุปแล้วแนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอมทำให้ทราบว่าข่าวปลอมเป็นที่มาของการสร้างความเข้าใจผิดจากรูปแบบที่แตกต่างกัน และข่าวปลอมในแต่ละรูปแบบจะมีเนื้อหาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่สร้างขึ้นเพื่อเป็นการโฆษณาชวนเชื่อหวังผลประโยชน์จากคนจำนวนมาก และทำให้เกิดผลเสียตามมาไปถึงระดับประเทศชาติได้ ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอมมากำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) เพื่อเป็นหลักในการวิเคราะห์รูปแบบของการบริหารข่าวปลอม เพื่อการคัดกรองข่าวปลอมก่อนการนำเสนอข่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน

ในปัจจุบันสื่อมวลชนมีบทบาทในการรายงานข่าวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นอย่างมาก เพื่อรายการข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้รับทราบถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศและต่างประเทศได้อย่างรวดเร็วและทันทั่วถึง ทั้งนี้สื่อมวลชนเองก็ต้องคำนึงถึงบทบาทหน้าที่ที่สื่อมวลชนที่ควรปฏิบัติควบคู่กันไปกับการแข่งขันในปัจจุบันด้วย

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนโดยรวม ที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

1. การเสนอข่าวการรายงานเหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่หาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น คัดเลือกข้อเท็จจริงที่ประชาชนจะให้ความสนใจ และนำข้อมูล ข้อเท็จจริงเหล่านั้นเผยแพร่ไปยังประชาชน อาทิ เช่นข่าวความเคลื่อนไหวทางด้านการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ข่าวอาชญากรรมซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน จึงเป็นการรายงานเหตุการณ์ ข้อมูล ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นโดยไม่สอดแทรกความคิดเห็นของสื่อมวลชนลงไป ซึ่งคุณค่าการเสนอข่าวนั้นขึ้นอยู่กับความรวดเร็วความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ สื่อมวลชนที่มีบทบาทมากในการเสนอข่าวในปัจจุบัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์

2. การเสนอความคิดเห็นเนื่องจากในสังคมประเทศไทยปกครองในระบอบประชาธิปไตย ประชาชนจึงมีสิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งที่มีผลกระทบต่อบุคคลและสังคม แต่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยตรง สื่อมวลชนจึงเข้ามา มีบทบาทเป็นตัวแทนของประชาชนที่จะแสดงความคิดเห็นผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อเสนอต่อสาธารณชน และรัฐบาลในหลายรูปแบบ เช่น การนำเสนอผ่านบทความ สารคดี บทความวิเคราะห์วิจารณ์บทบรรณาธิการ โดยมีจุดมุ่งหมายในเชิงสร้างสรรค์ โน้มน้าวจิตใจ ชี้นำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม ความคิดเห็นของสื่อมวลชนส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องทางสังคม การเมือง สิทธิ เสรีภาพของประชาชน หรือ สิทธิเสรีภาพสื่อมวลชนเอง สื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการแสดงความคิดเห็นได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์

3. ให้ความบันเทิงการนำเสนอโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้รับเกิดความเพลิดเพลิน มีความสนุกสนานรู้สึกผ่อนคลายความเครียดในการใช้ชีวิตประจำวัน โดยสื่อมวลชนจะมีจุดประสงค์ที่จะให้ประชาชนได้รับทั้งข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงไปพร้อมกัน ซึ่งรูปแบบการนำเสนอจะแตกต่างกันออกไปตามชนิดของสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร จะนำเสนอผ่านตัวอักษรทั้งในเชิงวิชาการและบันเทิง ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ จะนำเสนอในรูปแบบของรายการบันเทิง เช่น ละคร เกมโชว์ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น สื่อมวลชนที่มีบทบาทมากในการให้ความบันเทิง ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุภาพยนตร์ วารสาร นิตยสาร

4. ให้การศึกษาสื่อมวลชนไม่เพียงแต่รายการเหตุการณ์ต่าง ๆ และให้ความบันเทิงแก่ประชาชนเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ทั้งความรู้ด้านวิชาการทั่วไป และความรู้ด้านวิชาการเฉพาะสาขา เพื่อทำให้ประชาชนมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตในด้านการศึกษา เช่น สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์จะนำเสนอบทความที่ให้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ การเกษตร อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม สื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ จะนำเสนอในรูปแบบรายการสารคดีการอภิปราย หรือการสนทนาปัญหา ตลอดจนรายการเพื่อการศึกษาในวิชาการเฉพาะสาขาโดยตรง เช่น รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง เช่น รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช รายการโทรทัศน์การศึกษาผ่านดาวเทียมของกรมการศึกษานอกโรงเรียน เป็นต้น

5. การประชาสัมพันธ์ และโฆษณาการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรต่าง ๆ ไปยังประชาชน เพื่อให้ประชาชนมีเจตคติที่ดีต่อองค์กร ส่งเสริมให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการได้ตามเป้าหมาย รวมทั้งองค์กรสื่อมวลชนเองก็ต้องใช้การประชาสัมพันธ์และการโฆษณามาช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรสื่อมวลชนกับประชาชน

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์

แนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategy Management) หมายถึง การบริหารองค์การอย่างเป็นระบบโดยผู้บริหารระดับสูง ซึ่งจะเป็นขอบเขตงานบริหารที่กว้างโดยต้องบริหารองค์การโดยส่วนรวมให้สัมพันธ์และเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลง โดยในเวลาเดียวกันก็จะต้องมีทรรศนะการมองเหตุการณ์ไกลออกไปในอนาคตด้วย สำหรับภายในองค์การผู้บริหารระดับสูงก็ต้องสามารถมองลึกและเห็นทะลุอย่างทั่วถึงไปในทุกส่วนที่เป็นกลไกขององค์การที่ซึ่งจะเป็นเครื่องมือการทำงานต่าง ๆ ให้เสร็จสิ้นไปได้ด้วยดี (ไอลดา งามพิเชษฐ์, 2547)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการบริหารงาน ทั้งการวางกลยุทธ์การบริหารองค์การภายใน การวางกลยุทธ์การบริหารองค์การภายนอก และการวางกลยุทธ์การบริหารที่สอดคล้องกับสถานการณ์ตลอดเวลา รวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเนื้อหาข่าวสารข่าวของสื่อมวลชนมาใช้วิเคราะห์ เพื่อให้องค์กรสามารถบริหารจัดการและสามารถดึงดูดความสนใจ

### 2.4 แนวคิดและทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)

ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) เป็นทฤษฎีสื่อสารมวลชนซึ่งอยู่ในยุคที่เรียก Emergence of Moderate effects อันเป็นยุคที่ 3 ซึ่งเชื่อว่าสื่อมีอิทธิพลในระดับปานกลาง หมายความว่า สื่อทำให้คนพูดถึงในสิ่งที่สื่อกำลังเสนอได้ แต่ไม่ได้หมายความว่าคนจะเชื่อใน สิ่งที่สื่อพูดเสียทันที ซึ่งก่อนหน้านั้นในยุคแรกมีความเชื่อว่า สื่อมีพลังอำนาจมหาดศาล (ค.ศ.1920-1960) ดังเช่น ทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory) ที่เชื่อว่าสื่อเปลี่ยนแปลงทุกสิ่งทุกอย่างได้ และใน ยุคที่สองที่เริ่มหันมาเชื่อว่าสื่อไม่มีพลังอำนาจอย่างที่เคียดคิดว่ามีผลกระทบต่ออันจำกัดเท่านั้น ประมาณ (ค.ศ.1960-1980) เช่น ทฤษฎี Selective Influence Theories หรือการมีอิทธิพลอย่างจำแนก (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

Agenda Setting เป็นบทบาทของสื่อมวลชน ในการจัดการข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างมากมาย เอาไว้ให้เป็นระบบระเบียบ เพื่อพร้อมสำหรับการนำเสนอ ซึ่งในขั้นตอนการนำเสนอ นั้นสื่อก็จะช่วยจัดวาระเรียงลำดับความสำคัญ เพื่อที่ประชาชนจะได้พูดถึง อภิปราย ถกเถียง และให้ความ สนใจต่อประเด็นที่สื่อเลือกมาเสนอ อันก่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อม กล่าวคือ ถึงแม้สื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชน คิดแบบที่สื่อจะคิดได้ (Think What) แต่สื่อก็ยังสามารถทำให้คนคิดในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อบอกได้ (Think about) นอกจากนั้นประชาชนก็ยังเรียนรู้กติกาต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปแบบของสื่อ เช่น อะไรที่พูดถึงมาก แปลว่า สำคัญ อะไรที่พูดถึงก่อนแปลว่าสำคัญ อะไร ที่พาดหัวใหญ่สุดแปลว่าสำคัญที่สุด เป็นต้น

ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร อธิบายถึงผลของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารในระดับกลาง โดยเป็นผลในด้านของความคิด ความเข้าใจ (Cognition) ของผู้รับสาร แมคคอมส์ และ แอล.ชอว์ (McCombs, M.E. and Shaw, D.L, 1972) นักวิจัยชาวอเมริกันจากมหาวิทยาลัยแคโรไลนา (University of North Carolina) ผู้เผยแพร่สมมุติฐานว่าด้วยหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสาร สื่อมวลชน (Agenda-setting function of mass media) ในวารสารมีสาระสำคัญว่านอกจากการทำหน้าที่คัดเลือกข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ผลที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวจะออกมาอย่างไร ขึ้นอยู่กับการจัดระเบียบวาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์ที่กำหนด ไว้ในทฤษฎีการกำหนดวาระข่าว รายละเอียดดังกล่าว แมคคอมส์ และแอล.ชอว์ (McCombs and Donald L.Shaw, 1972 : 176) ได้เผยแพร่ทฤษฎีนี้ โดยกล่าวว่าผู้รับสารไม่เพียงแต่เรียนรู้เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะและเรื่องราวอื่น ๆ ผ่านสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังเรียนรู้ที่จะให้ความสำคัญของประเด็นปัญหาหรือหัวข้อหนึ่ง ๆ มากน้อยเพียงใดจากการที่สื่อมวลชนเน้น เอาไว้

ในขณะที่ Jame W.Dearing and Everett M. Roger (1997, p.4-5) อ้างถึงใน ญัตติกฎาณ ระนอง, 2548) ได้กล่าวถึงการทำหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนไว้ว่า กระบวนการกำหนดวาระเปรียบเสมือนกระบวนการทางการเมืองที่ประเด็นข่าว เหตุการณ์ต่าง ๆ ต้องมีการแข่งขันกัน เพื่อได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนจนถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็นของข่าว ในวันนั้น โดยอาศัยการพิจารณาของข่าวนั้น ๆ เป็นสำคัญ ทั้งนี้กระบวนการกำหนดวาระของข่าวสารว่าประเด็นใดบ้างจะถูกจัดขึ้นมาเป็นประเด็นสำคัญในวันนั้น มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอ (Media Agenda) กล่าวคือ ประเด็นที่สื่อมวลชนเป็นผู้จัดลำดับความสำคัญว่ามีคุณค่า และน่าสนใจเพียงพอที่จะนำขึ้นรายงานต่อสาธารณชน ซึ่งสื่อมวลชนจะพิจารณาความเด่นของข่าวในจำนวนหลาย ๆ ชิ้น ว่าข่าวใดมีความเด่นสุด

2. ประเด็นที่สาธารณชนให้สำคัญ (Public Agenda) คือ ประเด็นที่สาธารณะเป็นผู้จัดหมายถึงการที่สังคมให้ความสนใจ หรือสร้างผลกระทบต่อผู้คนในสังคมได้ สื่อมวลชนก็จะหยิบยกขึ้นมาเป็นวาระในการนำเสนอ เช่น ในสหรัฐอเมริกาช่วงหนึ่งมีปัญหาสังคมที่สำคัญ คือ เรื่องการสูญบหรี โดยมีการรณรงค์ต่อต้านการสูญบหรีเป็นอย่างมาก สื่อมวลชนได้ใช้ปัญหาสังคมนี้ (Social Problem) มาเป็นตัวกำหนดประเด็นวาระของสื่อมวลชนได้

3. ประเด็นระดับนโยบาย (Policy Agenda) ก็คือ ประเด็นที่ผู้อำนาจเป็นผู้จัด โดยมักเป็นประเด็นที่ยกขึ้นมาให้ผู้ที่มิหน้าที่กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ เช่น ครั้งหนึ่งเคยมีประเด็นสตรี (Famine Issue) ซึ่งประเด็นนี้เป็นเพียงแค่ประเด็นเล็ก ๆ ที่ยังไม่ได้รับความสนใจมากนัก แต่จาก



การที่สื่อมวลชนหยิบยกประเด็นดังกล่าวขึ้นมา ทำให้ประเด็นเล็ก ๆ กลายเป็นประเด็นสำคัญใน สหรัฐฯ ได้ โดยมีสื่อมวลชนสนับสนุนนั่นเอง

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูข่าวสาร (Gatekeeper)

การที่สื่อมวลชนมีหน้าที่เลือกสรร ปรับข้อความ เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะนำเสนอไปยังผู้รับสารต่อไป ซึ่งหน้าที่เช่นนี้คล้ายกับการทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) หรือบางแห่งก็เรียกกันว่านายทวารข่าวสาร หรือผู้ปิดและเปิดประตู ซึ่งก็คือ ผู้คัดกรองข่าวสารก่อนที่จะนำเสนอไปสู่ผู้อ่านนั่นเอง

แนวความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) มาจากการตั้งข้อสังเกตของ Lewin (1947) ซึ่งได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วย บริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปหรือไม่ หรือข่าวสารอะไรควรส่งไปถึงผู้รับสารบ้าง หน้อย หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด ซึ่งแนวความคิดนี้เองได้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน หรือเปรียบเสมือนเป็นบุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารที่ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารและผู้รับสารจากสื่อสารมวลชน ทำให้เห็นว่าจากต้นตอแหล่งข่าวบรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อออกอากาศ ส่วนอีกหลายชิ้นจะถูกโยนทิ้ง ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จึงถูกตัดแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ฟัง

ทฤษฎีนี้อธิบายอย่างง่าย ๆ ถึงบทบาทผู้ปิดและเปิดประตูสารหรือผู้เฝ้าประตูของสื่อมวลชน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้ เช่น ข่าวที่สำนักข่าวได้รับมานั้นก่อนที่จะส่งต่อออกไปก็จะต้องมีการกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่ผู้เฝ้าประตู คือ เลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหนหรือไม่ทำข่าวไหนบ้างก็ได้

หน้าที่ของ Gatekeeper ไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธข่าวสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น Gatekeeper ยังทำหน้าที่จัดสรรนั้นให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการตลอดจนกระทั่งกำหนดการเสนอข่าวสาร ระยะเวลาที่หน่วยงานข่าวนั้นไว้วางใจจะเสนอในช่วงเวลาใดหรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอเพียงบางส่วน

### 2.5.1 ผลกระทบของข่าวในสื่อสังคมที่ไม่มีผู้เฝ้าประตูข่าวสาร

ปัจจุบันกระบวนการสื่อข่าวในสื่อต่าง ๆ มีความโดดเด่นด้านความเร็วในการทำงานของผู้สื่อข่าวหรือผู้นำเสนอข่าวสารผ่านสื่อ แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลต่อความถูกต้องทั้งในแง่

ของความจริงของเหตุการณ์ หรือความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลข่าว หลายครั้งที่การโพสต์ข่าวทางสื่อออนไลน์ไม่เป็นเรื่องจริง มีความผิดพลาดของข้อมูล เนื่องจากขาดผู้คัดกรองข่าวสาร จนบางครั้งเกิดผลกระทบที่รุนแรงและกว้างขวาง เพราะข้อมูลถูกเผยแพร่ไปอย่างรวดเร็วแต่ไร้การตรวจสอบ เรื่องนี้สื่อมวลชนถูกตั้งคำถามในประเด็นจริยธรรมการนำเสนอข่าวเป็นอย่างมาก

ขณะเดียวกันพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคนที่ใช้โซเชียลมีเดียก็มักเป็นไปในลักษณะฉาบฉวย รวดเร็ว ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะถูกกระตุ้นจากข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก คนอ่านจึงอ่านข่าวแบบผ่าน ๆ บางครั้งอ่านเฉพาะพาดหัวข่าวที่เป็นเพียงการดึงเอาบางแง่มุมของประเด็นข่าวมาทำให้โดดเด่นขึ้น ขณะที่ในรายละเอียดของข่าวได้อธิบายในทุกแง่มุมของประเด็นข่าวนั้นเมื่อคนอ่านไม่สนใจอ่านรายละเอียดก็มักจะตกใจเมื่อเห็นเพียงพาดหัวข่าวที่มีความหวือหวาเร้าอารมณ์

ขณะที่กระบวนการสื่อข่าวที่ไม่มีผู้เฝ้าประตูข่าวสาร หรือบรรณาธิการกรองข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องทำให้เกิดโอกาสเกิดเนื้อหาข่าวที่ไม่เป็นจริงหรือข่าวที่มีส่วนประกอบของอารมณ์ความรู้สึกของผู้เขียนอยู่ด้วย ซึ่งข่าวลักษณะนี้สามารถสร้างความตื่นตระหนกในสังคมทำให้ประชาชนใช้อารมณ์ความรู้สึกตัดสินปัญหามากกว่าการคำนึงถึงเหตุและผลที่เหมาะสม อีกทั้งผลของการไม่มีผู้เฝ้าประตูข่าวสารยังนำไปสู่ปัญหาจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชนอีกด้วยทั้งกรณีการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของคนในข่าวที่เผยแพร่ออกไป โดยยึดหลักคุณค่าข่าว

แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าข่าวการเลือกประเด็นข่าวในการนำเสนอจะต้องคำนึงถึงความสำคัญและคุณภาพของข่าวเพราะในแต่ละวันมีเหตุการณ์ หลายเหตุการณ์ เกิดขึ้นในทุก ๆ ช่วงเวลาเพื่อให้รายการข่าวเป็นรายการที่ได้รับความนิยมและสร้างคุณค่าให้กับสังคม โดยคุณค่าและรูปแบบของข่าวในการนำเสนอ มีดังนี้

1) ความสดใหม่ ทันสมัย (Timeliness) ซึ่งพิจารณาว่าเหตุการณ์นั้นเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้นมีความสด ทันสมัย หรือบางเหตุการณ์ก็เป็นข่าวได้เมื่อเกิดขึ้นแล้วกลับมาครอบรอบอีกครั้ง

2) ความใกล้ชิด (Proximity) เรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นมีความเกี่ยวข้องกับชุมชนที่อยู่ในพื้นที่นั้น ๆ หากเหตุการณ์นั้นเกิดในพื้นที่ใกล้ชิดกับชุมชน เรื่องราวเหตุการณ์นั้นก็จะได้รับความสนใจเป็นอย่างยิ่งกับคนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้นตามไปด้วย

3) ความขัดแย้ง (Conflict) เหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นมีความขัดแย้งที่ส่งผลกระทบต่อใครบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเรื่องราวที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น

4) ความสำคัญและความเด่น (Eminence and Prominence) บางเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีคุณค่าของข่าวสารเพราะคนในข่าวเป็นที่รู้จักหรือเป็นผู้ที่เป็นคนสำคัญเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

- 5) ผลลัพธ์และผลกระทบ (Consequence and Impact) ผลลัพธ์ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อคนส่วนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเรื่องราวนั้นเป็นโศกนาฏกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือเป็นเรื่องหลักของประเทศชาติ
- 6) ความสนใจของมนุษย์ (Human Interest) โดยส่วนใหญ่มนุษย์จะให้ความสนใจในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับตนเอง เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่
- 7) ธรรมชาติที่ไม่ปกติ (Unusual Nature) เหตุการณ์ที่ไม่ได้พบเห็นปกติทั่วไป ความน่ากลัว ประหลาด เหตุการณ์ที่ปรากฏได้ยาก
- 8) ผู้มีชื่อเสียงหรือคนดังในสังคม (Celebrities) บุคคลที่เป็นที่ รู้จัก เป็นบุคคลที่ได้รับความสำเร็จในสังคม มักจะเป็นที่ได้รับความสนใจจากคนส่วนมาก ไม่ว่าจะเรื่องราวที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็นข่าวดีหรือข่าวร้ายก็ตาม

## 2.6 ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด

แนวคิดทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดจัดได้ว่าเป็นปีกหนึ่งของกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองที่สนใจวิเคราะห์พลังการผลิตในส่วนเสี้ยวที่เป็นความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและเมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในแวดวงสื่อมวลชนก็จะหมายถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งหลาย (communication technology) (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 น.223-224)

แนวทางการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคมนั้นสามารถพิจารณาได้ใน 2 มุมมองแนวคิดในนั้นจะตั้งคำถามว่าเมื่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปจะสร้างผลกระทบอะไรให้เกิดขึ้นกับระดับสังคมสถาบันและปัจเจกบุคคลบ้างแนวคิดนี้เป็นพื้นฐานของกลุ่ม technology determinism โดยแท้เพราะมีความเชื่อว่าเทคโนโลยีเป็นตัวสาเหตุหลัก (prime mover) ในการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงให้เกิดส่วนอื่น ๆ

ภายใต้เงื่อนไขของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอะไรบางอย่างที่จะเป็นตัวกำเนิดแก่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบต่าง ๆ แนวคิดที่สองนี้จะมองว่าเงื่อนไขสังคมนั้นจะเป็นตัวสาเหตุหลักส่วนการพัฒนาเทคโนโลยีนั้นจะกลายมาเป็นผลลัพธ์ทั้งนี้หากแยกขั้นตอนของการพัฒนาเทคโนโลยีออกเป็น 2 จังหวะคือขั้นตอนของการประดิษฐ์ค้นคว้าทดลองซึ่งมักเป็นงานของนักวิทยาศาสตร์หรือกลุ่มผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญกับขั้นตอนในการนำเอาผลงานทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในสังคมวงกว้างทั้งสองขั้นตอนนั้นต่างก็ถูกกำหนดมาจากความจำเป็นความต้องการและกฎระเบียบของสังคม

D. McQuail (1994) ได้ประมวลคุณลักษณะเด่นๆ ของแนวคิดทฤษฎีของกลุ่มนี้ดังนี้

1. เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกสังคม
2. เทคโนโลยีแต่ละชนิดก็จะเหมาะสมกับรูปแบบโครงสร้างสังคมแต่ละอย่าง
3. ขั้นตอนของการผลิตและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารจะเป็นตัวนำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสังคม
4. การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการสื่อสารในแต่ละครั้งจะทำให้เกิดการปฏิบัติเปลี่ยนแปลงสังคมตามมาเสมอ

นักทฤษฎีคนสำคัญของกลุ่มทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดแห่งสำนัก Toronto มีอยู่ 2 ท่านคือ H. Innis และ McLuhan ซึ่งถึงแม้ว่าจะสนใจอิทธิพลของเทคโนโลยีเหมือนกัน แต่ทั้งสองท่านก็มีทัศนะพื้นฐานต่อเทคโนโลยีแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ Innis มองว่าพัฒนาการที่ก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารนั้นเป็นไปเพื่อช่วยรักษาลักษณะโครงสร้างอำนาจที่ล้าหลัง เพราะเป็นอำนาจที่รวมศูนย์อยู่ในคนกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มเดียว ในขณะที่ McLuhan สนใจว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารได้ช่วยขยายประสบการณ์อันจำกัดของปัจเจกบุคคลให้กว้างขวางออกไปมากขึ้นทุกที ทั้งในแง่มิติของกาลละ (รวดเร็วขึ้น) และเทศะ (ไร้พรมแดนและเอาชนะระยะทางมากขึ้น) (กาญจนา แก้วเทพ, 2541) สำหรับความสนใจเรื่องสื่อกับประสบการณ์ของมนุษย์นั้นจุดเด่นของ McLuhan อยู่ที่ เขาไม่สนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์กับอะไร” (what we experience) แต่กลับสนใจว่า “คนเรามีประสบการณ์อย่างไร” (how we experience) หากพูดในภาษาการสื่อสารก็คือ McLuhan ไม่ได้สนใจ “เนื้อหาของข่าวสาร” (content) หากแต่สนใจ “รูปแบบของสื่อ” (form/media) ดังที่อยู่ในข้อสรุปสั้น ๆ ของเขาที่ว่า “เพียงแค่ตัวสื่อก็เป็นสารแล้ว” (medium is the message) เนื่องจาก McLuhan คิดว่า เพียงแค่การเปลี่ยนตัวสื่อเท่านั้น ก็จะสร้างผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับประสบการณ์ของมนุษย์แล้ว (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

จากแนวคิดของ Everett Rogers ในฐานะที่เป็นนักนิเทศศาสตร์และเป็นนักคิดกลุ่มเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดอย่างแบบอ่อน ๆ (soft technology determinism) เขามีความคิดพื้นฐานว่า “ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการสื่อสารบวกผสมกับปัจจัยอื่น ๆ จะรวมตัวกันเป็นสาเหตุแห่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคม” กล่าวคือ Rogers เห็นว่าเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการเปลี่ยนแปลงสังคม แต่ทว่าปัจจัยตัวนี้ต้องทำงานร่วมไปกับปัจจัยตัวอื่น ๆ เขาได้ค้นคว้าคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ ๆ (new media) เช่น คอมพิวเตอร์ โดยเปรียบเทียบกับคุณลักษณะของรูปแบบการสื่อสารอย่างเดิม ๆ ที่มีอยู่ คือการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารมวลชนไว้

นอกจากนี้ Jarice Hanson and Uma Narula (1990) ยังพิจารณาถึงผลกระทบของเทคโนโลยีที่มีต่อสังคมไว้ได้ดังนี้

1. ผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมในประเด็นของคุณภาพชีวิตความสัมพันธ์ในครอบครัวกิจกรรมในครอบครัวความสัมพันธ์ทางสังคมความพึงพอใจในบทบาททางเพศการเติบโตทางด้านความรู้การใช้เวลาค่านิยมและพฤติกรรมการค้าหาข่าวสาร

2. ผลกระทบต่อระบบสังคมโดยการเพิ่มและลดช่องว่างของการสื่อสาร ระหว่างผู้ที่เปิดรับข่าวสารมากกับผู้ที่เปิดรับข่าวสารน้อยกิจกรรมชุมชนความสนใจของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ผลกระทบต่อการจัดการการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในระบบการสื่อสารที่มีอยู่เดิม

## 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ

ในยุคดิจิทัลก่อให้เกิดความท้าทายในการรู้เทคโนโลยีสำหรับภาคประชาชน และสังคม การแยกข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น และการระบุแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือทางออนไลน์อาจเป็นเรื่องที่ท้าทาย เรียนรู้ที่จะระบุแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือและประเมินข้อมูลที่คุณพบบนอินเทอร์เน็ตและที่อื่น ๆ

การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ซึ่งคนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าตนเองมีความรู้ด้านสื่อมากพอสมควรเพราะรู้วิธีเข้าถึงสื่อทุกประเภท สามารถค้นหาเพลง เกม ข้อมูล และความบันเทิงที่ต้องการ จดจำใบหน้าของคนดังได้และรู้ข้อเท็จจริงมากมายเกี่ยวกับชีวิตของพวกเขา รู้จักสไตล์ดนตรีที่หลากหลายสามารถสร้างข้อความ ผ่านรูปภาพ วิดีโอ ได้อย่างง่ายดาย แล้วอัปโหลดไปยังเว็บไซต์ต่าง ๆ บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งเห็นได้ชัดว่าเรารู้วิธีเปิดเผยตัวเองผ่านสื่อ รู้วิธีการใช้ประโยชน์จากข้อมูล รู้วิธีที่จะได้รับความบันเทิงจากสื่อ และวิธีที่สื่อใช้ เพื่อสร้างข้อความของเราเองและแบ่งปันกับผู้อื่นไม่ให้ตกเป็นเหยื่อหรือคล้อยตามในสิ่งที่สื่อต้องการ เพราะผู้ผลิตหรือผู้ควบคุมสื่อมวลชน มีผลต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับการผลิตเนื้อหา ประกอบกับการหลั่งไหลของเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง ได้ส่งผลกระทบต่อตนเองและสังคมในทุกรูปแบบด้วยวิธีที่ละเอียดอ่อนและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ระดับความรู้ด้านสื่อในปัจจุบันทำให้สามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างกับสื่อได้ สามารถควบคุม และใช้ประโยชน์จากการเปิดเผยตัวตนผ่านสื่อได้มากขึ้น เพิ่มพูนความรู้ในด้านอื่นๆ หากเราได้ตระหนักถึงการทำงานของสื่อมวลชนและผลกระทบ จะสามารถควบคุมผลกระทบเหล่านั้นได้มากขึ้น และมากกว่านั้น จะแยกแยะตนเองจากผู้ใช้สื่อทั่วไปที่เปลี่ยนตนเองจากผู้รับสาร ไปเป็นผู้ส่งสารโดยที่ไม่รู้ตัว ทั้งนี้สื่อได้กำหนดรูปแบบความเชื่อและพฤติกรรมของผู้รับสารจนก่อตัวขึ้นจากอิทธิพลของสื่อ และวิธีที่สื่อสร้าง ทำให้ผู้รับสารจำนวนมากคล้อยตาม โดยไม่ได้คำนึงถึงอิทธิพลของสื่อที่ละเอียดอ่อนและต่อเนื่อง ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างมากในศตวรรษ

ที่ 21 ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับมือกับข้อมูลที่ปริมาณมาก ทั้งในมุมมองเชิงลบ และเชิงมุมเกี่ยวกับสื่อ เป็นชุดมุมมองที่เราใช้ เพื่อเปิดเผยตัวเองต่อสื่อและตีความความหมายของข้อความจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้รับข่าวสารในยุคปัจจุบัน

### 2.7.1 ความหมายและความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ (Media literacy) เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างมากในศตวรรษที่ 21 ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับมือกับข้อมูลที่ปริมาณมาก ซึ่งเกิดจากการที่องค์การ ยูเนสโก (UNESCO) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญบนพื้นฐานที่ว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารทางใดทางหนึ่ง และได้ ระบุไว้เป็นยุทธศาสตร์การดำเนินการด้านการสื่อสารมวลชน ภายใต้กรอบแนวคิดในการส่งเสริมเสรีภาพในการ แสดงออกและการสร้างเสริมความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ความรู้ การส่งเสริมสิทธิมนุษยชน อย่าง ทัวถึง และเท่าเทียมกัน ใน ค.ศ.2008 ยูเนสโกกำหนดให้ทั่วโลกดำเนินการเกี่ยวกับการแนะนำองค์ประกอบการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ในหลักสูตรการฝึกอบรมครูทั่วโลก และในเวลาต่อมาก็ได้กำหนดเป็นพันธกิจที่มุ่งเน้นสังคมแห่ง การรู้สื่อและสารสนเทศ โดยให้การสนับสนุนการพัฒนาสารสนเทศแห่งชาติ นโยบายการรู้เท่าทันสื่อ และ การศึกษาการรู้สื่อและสารสนเทศ (UNESCO, 2013) ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อคือ ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสื่อในรูปแบบต่างๆ

อย่างไรก็ตาม คำจำกัดความมีวิวัฒนาการไปตามกาลเวลา ที่ขณะนี้จำเป็นต้องมีคำจำกัดความที่แข็งแกร่งกว่านี้ เพื่อระบุการรู้สื่อในบริบทของความสำคัญสำหรับการศึกษาในวัฒนธรรมสื่อแห่งศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นยุคสื่อ หลอมรวม (media convergence) ในการสร้างกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น ที่ต้องอาศัย ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยี คือ ความสามารถในการใช้จัดการทำความเข้าใจ และประเมินเทคโนโลยี ทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เกี่ยวข้องกับความเข้าใจการใช้สื่อดิจิทัล โดยที่บุคคลมีความ เชื่อวชาญในการใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ดิจิทัลอื่นๆ เพื่อเข้าถึงอินเทอร์เน็ต การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลจึงทำให้ พวกเขาสามารถใช้อินเทอร์เน็ต เพื่อค้นหาบททวน ประเมิน สร้าง และใช้ข้อมูลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ เช่น เว็บเบราว์เซอร์ ฐานข้อมูล วารสารออนไลน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ บล็อก และเว็บไซต์โซเชียลมีเดีย (UNESCO, 2013)

ตามทัศนะของ Potter (2021) การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง การพยายามสร้างความรู้ความเข้าใจ วิธีการไหลผ่านของข้อมูลสารของสื่อในยุคปัจจุบันที่มีอย่างมหาศาล และไม่หยุดยั้ง เพื่อช่วยให้เข้าใจว่าสื่อทำงานอย่างไร ดึงดูดความสนใจอย่างไร และสื่อเหล่านั้นมีอิทธิพลต่อสาธารณชนอย่างไรบ้าง โดยไม่ถูกครอบงำจากสื่อ รู้จักใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของตนเองและสังคมจึงเป็นสภาวะที่เกิดจากความสามารถของบุคคลในการวิเคราะห์ความหมายของเนื้อความ

ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างมากในศตวรรษที่ 21 ในยุคที่เทคโนโลยี การสื่อสารมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การรับมือกับข้อมูลที่มีปริมาณมาก ที่ทั้งในมุมมองเชิงลบ และ เชิงมุมเกี่ยวกับสื่อ เป็นชุดมุมมองที่เราใช้ เพื่อเปิดเผยตัวเองต่อสื่อและตีความความหมายของ ข้อความ ซึ่ง Potter (2004) เสนอหลักการเบื้องต้นของการรู้เท่าทันสื่อ ที่สามารถสรุปใจความ สำคัญ ได้ดังนี้

1. ทุกคนมีหน้าที่ในการเพิ่มพูนความรู้เท่าทันสื่อของตน (responsibility axiom)
2. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเกี่ยวข้องกับทำให้ความสนใจถึงผลกระทบที่สื่อมวลชนมีต่อ ผู้รับสาร (effect axiom)
3. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลของผู้รับสารในการตีความและสร้าง ความหมายสารในแบบฉบับของตน (interpretation axiom)
4. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อให้ความสำคัญต่อการสร้างความหมายร่วม (share meaning) ของสังคม ภายใต้ความแตกต่างของแต่ละบุคคล
5. แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเชื่อว่าความรู้ (knowledge) ของผู้รับสารทั้งความรู้ที่ได้จาก ประสบการณ์ตรงและความรู้จากสื่อมีส่วนในการเสริมสร้างอำนาจ (power) ของผู้รับสารในฐานะ ผู้บริโภคข่าวสารมากขึ้น

ทั้งนี้ การรู้เท่าทันสื่อ เป็นมุมมองของบุคคลที่ก่อร่างขึ้นจาก 3 ส่วน ได้แก่ โครงสร้าง ความรู้การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคล เปิดรับ โดยบุคคลผู้รู้เท่าทันสื่อจะใช้โครงสร้างความรู้ของตัวเองในการตีความสาร ซึ่งเครื่องมือที่ จำเป็นสำหรับการสร้างความรู้ของผู้รู้เท่าทันสื่อคือทักษะ 7 ประการ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ การประเมิน การจำแนกกลุ่ม การใช้เหตุผลแบบอุปนัย การใช้เหตุผลแบบนิรนัย การสังเคราะห์ และการสรุปสาระสำคัญ ของการรู้เท่าทันสื่อคือทักษะ โครงสร้างความรู้ และสถานภาพส่วนบุคคล การผสมผสานของทั้ง 3 สิ่ง จึงจำเป็นต่อการช่วยสร้างชุดมุมมองที่มีประโยชน์ต่อสื่อ ทักษะของเป็น เครื่องมือที่คุณใช้ในการสร้างโครงสร้าง ดังนี้ (Potter, 2021)

การวิเคราะห์ เป็นการตีความเนื้อหาสื่อตามองค์ประกอบและรูปแบบที่สื่อแต่ละ ประเภทนำเสนอ เมื่อเราพบข้อความสื่อ เราสามารถยอมรับข้อความเหล่านี้บนพื้นผิวหรือเจาะลึก เข้าไปในตัวข้อความเองได้โดยระบุส่วนประกอบและตรวจสอบองค์ประกอบของส่วนประกอบที่ ประกอบเป็นข้อความ เช่น เรื่องข่าว เราสามารถยอมรับสิ่งที่นักข่าวเสนอ หรือเราสามารถวิเคราะห์ เรื่องราวให้ครบถ้วน นั่นคือ สามารถแบ่งเรื่องราวออกเป็นองค์ประกอบของใคร อะไร เมื่อไร ที่ไหน ทำไม และอย่างไรเพื่อตัดสินว่านักข่าวได้รวมองค์ประกอบเหล่านี้ทั้งหมดหรือไม่

การประเมิน เป็นการวัดค่าขององค์ประกอบ โดยการเปรียบเทียบองค์ประกอบ ข้อความกับมาตรฐาน เมื่อเราพบความคิดเห็นที่แสดงโดยผู้เชี่ยวชาญในข้อความของสื่อ เราสามารถ จัดจำความคิดเห็นเหล่านั้นและ หรือเราอาจนำองค์ประกอบข้อมูลในข้อความไปเปรียบเทียบกับ มาตรฐาน หากองค์ประกอบเหล่านั้นตรงตามหรือสูงกว่ามาตรฐาน เราก็สรุปได้ว่าข้อความ และ ความคิดเห็นที่แสดงออก เป็นสิ่งที่ดี แต่ถ้าองค์ประกอบไม่เป็นไปตามมาตรฐานก็ถือว่าข้อความนั้น ไม่สามารถยอมรับ หรือเปิดเผยต่อสื่อและตีความความหมายของข้อความ

### 2.7.2 องค์ประกอบ

การรู้เท่าทันสื่อนั้น มีองค์ประกอบ 3 ประการของการรู้เท่าทันสื่อคือทักษะ โครงสร้าง ความรู้ และสถานภาพส่วนบุคคล การผสมผสานของทั้งสามสิ่งนี้จำเป็นต่อการช่วยคุณสร้างชุด มุมมองที่มีประโยชน์ต่อสื่อ ทักษะของคุณเป็นเครื่องมือที่คุณใช้ในการสร้างโครงสร้าง

จึงกล่าวได้ว่าการรู้เท่าทันสื่อนั้นถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งสำหรับผู้รับสารที่ต้อง ป้องกันตนเอง จากการเปิดรับข่าวสารที่ไม่เป็นจริง โดยการรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้ จากการเรียนรู้ และมีความ จำเป็นต้องถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ที่เป็นมุมมองของบุคคลที่ สร้างขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่ง ประกอบไปด้วย ความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจใน การเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่ บุคคลเปิดรับ โดยบุคคลที่มีความรู้เท่าทันสื่อจะ เลือกใช้ความรู้ของตนเองในการแปลสาร (Potter, 2014) และในฐานะผู้บริโภคข่าวสามารถทำได้ เพื่อเท่าทันต่อข่าวปลอม หลีกเลี่ยงอิทธิพลของข่าวปลอม และกระตุ้นให้เกิดการตระหนักเกี่ยวกับ พฤติกรรมการใช้สื่อและกลายเป็นสิ่งกระตุ้นในการเพิ่มการควบคุมหรืออิทธิพลจากสื่อมากยิ่งขึ้น (Potter, 2021) ตลอดจนเป็นมุมมองจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อและตีความหมายของเนื้อหาสื่อ ตามที่ได้เปิดรับด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อและมีสติในการเปิดรับโดยวัตถุประสงค์ของ การรู้เท่าทันสื่อ คือการเสริมสร้างพลังอำนาจของบุคคลเพื่อให้บุคคลควบคุมสื่อ ไม่ตกอยู่ภายใต้การ ครอบงำของสื่อ

การรู้สารสนเทศเป็นชุดของความสามารถที่บุคคลต้องมีรับรู้ เมื่อจำเป็นต้องใช้ข้อมูล และมีความสามารถในการค้นหา ประเมิน และใช้ข้อมูลที่เป็นอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการรู้เท่า ทันสื่อและ สารสนเทศ (Media and information literacy) คือ การผสมผสานความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติที่ จำเป็นในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน การใช้ ผลิต สื่อสารข้อมูล และ ความรู้ในรูปแบบที่สร้างสรรค์ ถูก กฎหมาย และจริยธรรมที่เคารพสิทธิมนุษยชน ที่ครอบคลุมถึง ความสามารถของบุคคลในการตีความและการตัดสินใจในฐานะผู้ใช้สารสนเทศและสื่อ

นอกจากนี้ UNESCO ให้คำจำกัดความว่าเป็น “ความสามารถในการค้นหา ประเมินผล ใช้และสนับสนุนข้อมูล และเนื้อหาสื่ออย่างชาญฉลาด ความรู้เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชนทาง



ออนไลน์ การทำความเข้าใจวิธีต่อสู้กับคำพูด แสดงความเกลียดชังทางออนไลน์และ การกลั่นแกล้งทางอินเทอร์เน็ตทำความเข้าใจในประเด็นด้านจริยธรรม เกี่ยวกับการเข้าถึงและการใช้ข้อมูล และมีส่วนร่วมกับสื่อและไอซีทีเพื่อส่งเสริมความเท่าเทียม การแสดงออก อย่างเสรี การเสวนาระหว่างวัฒนธรรม ศาสนา สันติภาพ ฯลฯ” (UNESCO, 2016)

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อมีวิวัฒนาการมาอย่างต่อเนื่อง เริ่มต้นความหมายจาก “ความสามารถในการ อ่านออกเขียนได้” ซึ่งเชื่อมโยงกับสิทธิในการศึกษาของผู้คนต่อมาแนวคิดและนิยามของการรู้เท่าทัน ได้รับการพัฒนาเพื่อตอบสนองกับรูปแบบของเทคโนโลยีเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองที่เปลี่ยนแปลงไป (UNESCO, 2013) ดังที่ Hobbs and Moore (2021) ได้ทบทวนให้เห็นตั้งแต่พัฒนาการของคำศัพท์เกี่ยวกับการรู้เท่าทัน ซึ่งมีพัฒนาการตามความก้าวหน้าของสื่อและสื่อมวลชนในแต่ละยุคสมัย โดยแบ่งเป็นมิติต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

ยุคที่ 1: Rhetoric ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง ความสามารถด้านการพูด และการฟัง

ยุคที่ 2: Print Literacy ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง ความสามารถด้านการอ่าน และการเขียน โดย “สื่อ” เปรียบเสมือนเครื่องมือที่มี บทบาทสำคัญต่อการสร้างค่านิยม ทศนคติ การรับรู้ ของประชาชนในสังคม และยังส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของชาติ การนำข้อมูลข่าวสารออกมาในลักษณะใด ย่อมสะท้อนไปถึงวิถีคิดและค่านิยมของ สังคมนั้นๆ

ยุคที่ 3: Visual Literacy ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง การรู้เท่าทันการออกแบบ ภาพ การตีความ และการสร้างสรรค์งานลักษณะต่าง ๆ

ยุคที่ 4: Information Literacy ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสืบค้นข้อมูลข่าวสาร การประเมินข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร

ยุคที่ 5: Media Literacy ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง การรู้เท่าทันสื่อ ความสามารถในการวิเคราะห์เนื้อหาจากสื่อ และความสามารถในการสื่อสารผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ

ยุคที่ 6: Critical Literacy ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจ ในอำนาจของเนื้อหาสาร และ ข้อมูลข่าวสารที่ นำเสนอผ่านสื่อประเภทต่างๆ

ยุคที่ 7: Computer Literacy ยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง ความสามารถในการเข้าใจ และใช้คอมพิวเตอร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุคที่ 8: News Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึงความสามารถในการ เข้าใจ และประเมินข่าวสาร และเหตุการณ์ต่างๆ

ยุคที่ 9: Digital Literacy เป็นยุคที่การรู้เท่าทัน หมายถึง ความสามารถ และ ความรับผิดชอบในการใช้อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ประเภทต่างๆ

จึงกล่าวได้ว่า ความหมายเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ มีนักวิชาการหรือหน่วยงานหลายแห่ง ทั้งในไทยและ ต่างประเทศที่ได้ให้นิยามความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) ในยุคแรกเริ่มนั้น การศึกษา มุ่งเน้นไปที่อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีผลกระทบต่อเยาวชน โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์ สื่อ ภาพยนตร์ และสื่อโฆษณา ตามมุมมองของทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Theory) และทฤษฎีการปลูกฝังหรืออบรมเพราะจากสื่อ (Cultivation Theory) จนเมื่อสังคมเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร ขอบข่าย ของการรู้เท่าทันสื่อซึ่งเคยมุ่งเน้นเฉพาะ ในระดับสื่อมวลชนได้ถูกขยายออกไปสู่ระดับสื่อใหม่ที่กำลังมีบทบาท เพิ่มขึ้นอย่างมากในสังคมยุค ดิจิทัลแบบปัจจุบัน อีกทั้งยังมี แนวคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับการรู้เท่าทันที่มีการเชื่อมโยงหลาย ๆ แนวคิด เข้าด้วยกัน อาทิ Multi-Literacies, Trans-Literacy และ Media and Information Literacy (MIL) ทั้งนี้ UNESCO ได้เสนอคำว่า Media and Information Literacy โดยมีเหตุผลสำคัญในการ รวมแนวคิด Media Literacy, Information Literacy, ICT และ Digital literacy เข้าไว้ด้วยกัน โดยคำนึงถึงการเข้าถึงที่กว้างขวาง การหลอมรวมของช่องทางการเผยแพร่สารสนเทศและสื่อใน หลากหลายรูปแบบ หลากหลายเครื่องมือดิจิทัล เพื่อเป็นเป้าหมายในการพัฒนาคนให้มีสมรรถนะที่ จำเป็นในการแสวงหาและใช้เสรีภาพในการแสดงออกและเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างเป็นประโยชน์ มากที่สุด อีกทั้งเป็นเพราะการหลอมรวมทางเทคโนโลยี

### 2.7.3 การตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

การวางรากฐานของ โครงสร้างการรู้เท่าทันสื่อ ที่ปรากฏการรู้เท่าทันสื่อเป็นชุดของ มุมมอง เมื่อเรา เปิดเผยตัวเองต่อสื่อมวลชน เพื่อประมวลผลและตีความความหมายของข้อความที่ เราพบ เราสร้างมุมมองของจากโครงสร้างความรู้ เพื่อสร้างโครงสร้างความรู้ ทักษะ และข้อมูลจาก สื่อ เกี่ยวกับข้อมูลทางอารมณ์ เป็นสิ่งที่อยู่ในความรู้สึกของหัวใจ ของช่วงเวลาแห่งความสุข ช่วงเวลาแห่งความกลัว และการแสดงความยินดี และความมั่นใจ ในขณะที่เราใช้สื่อเพื่อสร้าง มิตรภาพและแข่งขันในเกมอย่างประสบความสำเร็จ บางคนมีความสามารถน้อยที่จะรับรู้ความรู้สึก ระหว่างการเปิดรับสื่อในขณะที่คนอื่นมีความอ่อนไหวมากต่อสัญญาณที่ สร้างความรู้สึกร่วม อย่างเช่น เราทุกคนมีความสามารถที่จะรับรู้ความโกรธ ความกลัว ความปรารถนา ความเกลียดชัง และอารมณ์ที่รุนแรงอื่น ๆ ผู้ผลิตใช้สัญลักษณ์ที่ง่าย เพื่อกระตุ้นอารมณ์ที่รุนแรงนี้ ดังนั้นจึงไม่ จำเป็นต้องมีระดับความรู้สูงจากผู้ชม เพื่อที่จะรับรู้และเข้าใจข้อความเหล่านั้น แต่บางคนของพวก เรามี ความสามารถมากกว่าคนอื่น ในการรับรู้ความรู้สึกที่ละเอียดอ่อนกว่า เช่น ความสับสน ความ ยุ่งเหยิง ความรอบคอบ ความสนุกสนานจากการเยาะเย้ย และอื่น ๆ การเขียนข้อความสื่อที่สามารถ กระตุ้นอารมณ์ที่ละเอียดอ่อนเหล่านี้ ต้องมีความสามารถที่สูงกว่าผู้ผลิต และการรับรู้ความรู้สึกที่ ละเอียดอ่อนเหล่านี้ต้องมีความรู้ที่สูงกว่าจากผู้ชม

มิติทางด้านสุนทรียศาสตร์ จะมุ่งความสนใจไปที่ศิลปะและงานฝีมือที่แสดงออกในการผลิตข้อความสื่อ

มิติด้านศีลธรรมหรือค่านิยม เป็นการศึกษาศักยภาพในการวินิจฉัยว่าสิ่งต่าง ๆ ที่สื่อนำเสนอคุณค่าไม่ว่าจะเป็นค่านิยมขนบธรรมเนียม และระบบสังคม ต้องพิจารณาและตัดสินได้ว่าสิ่งใดถูก ผิด ตามมาตรฐานการผลิตจรรยาบรรณวิชาชีพและกฎหมายที่กำหนด โดยที่สื่อที่อยู่ในสังคมใดต้องคำนึงถึงองค์ประกอบนี้เป็นสำคัญ สื่อจะนำเสนอคุณค่าทางศีลธรรมหรือทำลายศีลธรรม ผู้รับสื่อจะรับรู้ได้ และมีกระบวนการโต้ตอบตรวจสอบอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่เดียวกันสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมของสังคมหนึ่งอาจก่อให้เกิดการทำลายอีกสังคมหนึ่งได้ กรอบทางด้านศีลธรรมที่มีไว้เพื่อความดีงามในสังคมนั้นจำเป็นต้องคงไว้อย่างมีคุณค่าในสื่อและผู้รับสื่อ

ภายหลังยุคเฟื่องฟูของวิทยุโทรทัศน์ คือยุคสารสนเทศ คอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต จึงเริ่มมีการ กล่าวถึง การรู้สารสนเทศ (Information Literacy) การรู้คอมพิวเตอร์ (Computer Literacy) การรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy) เมื่อเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการสื่อสารและสารสนเทศเพิ่มขึ้น ๆ จนอาจส่งผลกระทบต่อผู้รับสารโดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ที่ต้องเผชิญกับข้อมูลท่วมท้นที่ส่งมาอย่างรวดเร็ว ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และคอมพิวเตอร์ในแต่ละวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมเป็นอันดับหนึ่ง

## 2.8 แนวคิดเกี่ยวกับจริยธรรมสื่อออนไลน์และสารสนเทศ

การเกิดขึ้นของสื่อออนไลน์ในประเทศไทยมีขึ้นภายหลังการเปิดให้บริการอินเทอร์เน็ตเชิงพาณิชย์ในประเทศไทยได้ไม่นาน โดยสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ฉบับแรกในประเทศไทยในปี 2538 ได้แก่ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ จากนั้นหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ก็เกิดขึ้นมาเป็น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ภาษาไทยเว็บแรก ก่อนที่หนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่อย่างหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจะตัดสินใจทำฉบับออนไลน์ขึ้นมาบ้างในระยะเวลาหลังจากนั้นไม่นานนัก หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยในยุคแรก ส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดเป็นการนำเอาเนื้อหาข่าวและคอลัมน์จากฉบับพิมพ์มานำเสนอในฉบับออนไลน์ เพื่อให้บริการข่าวสารแก่คนไทยในต่างประเทศที่ก่อนหน้านี้ กว่าจะได้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยก็ต้องล่าช้าไปอย่างน้อย 1-2 วัน นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในยุคแรกยังมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้อ่านที่ไม่ซื้อหนังสือพิมพ์อ่านเอง แต่จะอ่านหนังสือพิมพ์ที่มีบริการในสถานที่ทำงานหรือร้านกาแฟ หรือร้านเสริมสวย เป็นต้น (ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี, 2558)

ดังนั้น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในประเทศไทยยุคแรก จึงเปรียบเป็นเพียงแค่ “สื่อเสริม” หรือเป็นสื่อที่เสริมช่องทางการเผยแพร่ข่าวสารของหนังสือพิมพ์จากฉบับพิมพ์ให้ครอบคลุม

กลุ่มเป้าหมายมากขึ้นเท่านั้น ต่อมาเมื่อผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มีมากขึ้น พร้อม ๆ กับการขยายตัวของ การเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของคนไทย ประกอบกับมีงานวิจัยเกี่ยวกับความต้องการบริโภคสื่อออนไลน์ของคนไทยระบุว่า ผู้ติดตามข่าวสารผ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ต้องการอ่านข่าวสารที่เป็น “ข่าวปัจจุบันทันด่วน” หรือ Breaking News มากที่สุด หนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายเว็บจึงริเริ่มให้มี Breaking News เกิดขึ้น โดยเริ่มจากในช่วงเวลากลางวันจนถึงค่ำ ก่อนจะมีการขยายเวลาในการนำเสนอออกไปเป็นตลอด 24 ชั่วโมงเพื่อตอบสนองความต้องการรับรู้ข่าวสารของประชากรออนไลน์ในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม เมื่อจำนวนของ Breaking News มีมากขึ้น ทำให้ปริมาณของข่าวที่มีการนำเสนอระหว่างวัน มีจำนวนมากกว่าข่าวที่นำมาจากฉบับพิมพ์ หนังสือพิมพ์ออนไลน์หลายเว็บจึงไม่มีการแยกส่วนระหว่าง Breaking News กับข่าวที่นำมาจากฉบับพิมพ์อีกต่อไป โดยต่างมีการ Redesign หรือออกแบบหน้าเว็บไซต์ใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้มีสัดส่วนของเนื้อหาข่าวที่ถูกผลิตขึ้นระหว่างวัน มีมากกว่าข่าวที่นำมาจากฉบับพิมพ์

ด้วยเหตุนี้หนังสือพิมพ์ออนไลน์จึงค่อย ๆ พ้นจากสภาพความเป็น "สื่อเสริม" และก้าวเข้าสู่การเป็น "สื่อใหม่" หรือ New Media อย่างเต็มตัว โดยหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในปัจจุบันจะมีการผลิตข่าวเองเป็นหลัก และมีข่าวและคอลัมน์ หรือบทความที่ตีพิมพ์แล้วในฉบับพิมพ์มาเสนอเพิ่มเติมเพื่อตอบสนองผู้อ่านหนังสือพิมพ์ดั้งเดิมที่หันมาอ่านออนไลน์มากขึ้น ในที่สุดก็มาถึงยุคปัจจุบันที่มีสื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media เข้ามาเป็นตัวกำหนดวาระข่าวสารในหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งมีการนำเนื้อหาข่าวสารและภาพจาก Social Media มาเสนอเป็นข่าว ขณะที่หนังสือพิมพ์ออนไลน์เอง ก็หันมาใช้ Social media ในกรณีดึงให้ผู้บริโภคสื่อเข้ามาอ่านข่าวที่ตัวเองผลิตมากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องเข้ามาหาข่าวที่เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์นั้นโดยตรง ปัญหาเชิงจริยธรรมของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรืออาจเรียกว่า "สื่อออนไลน์" (เมื่อผู้เล่นหรือผู้ผลิตสื่อออนไลน์ ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เจ้าของธุรกิจหนังสือพิมพ์อีกต่อไป ปัจจุบันมีสถานีโทรทัศน์หรือสำนักข่าวทางวิทยุหันมาผลิตข่าวออนไลน์มากขึ้น) จึงเกิดขึ้นมากมายและหลากหลายดังจะได้อธิบายต่อไป

#### 1. ปัญหาเชิงจริยธรรมของสื่อออนไลน์

แม้ว่าเว็บไซต์ข่าว หรือสื่อออนไลน์ที่เป็นมืออาชีพส่วนใหญ่จะทำงานภายใต้กรอบจริยธรรมวิชาชีพที่ออกมาโดยองค์กรวิชาชีพต่าง ๆ แต่ในทางปฏิบัติแล้ว สื่อออนไลน์ ก็ยังมีปัญหาเชิงจริยธรรมอยู่ในหลายกรณี ส่วนใหญ่มักมาจากความเร่งรีบในการนำเสนอจนขาดกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริง จนนำไปสู่ความผิดพลาดและหมิ่นเหม่ต่อการละเมิดจริยธรรมในที่สุด ทั้งนี้เราสามารถจำแนกปัญหาเชิงจริยธรรมของสื่อออนไลน์ได้ดังต่อไปนี้

1) การนำเสนอข่าวไม่รอบด้าน เนื่องจากสื่อออนไลน์ สามารถนำเสนอข่าวได้ในทันทีที่มีข่าวเกิดขึ้นตลอด 24 ชั่วโมง จึงไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาหรือเส้นตายในการส่งข่าว แต่การนำเสนอข่าว “ก่อน” บนสื่อออนไลน์ย่อมมีผลต่อการค้นหาข่าวนั้นในภายหลังโดยผ่านเว็บไซต์ที่เป็นเครื่องมือในการค้นหา (Search Engine) โดยเฉพาะ Google.com ซึ่งเป็นที่นิยมมากที่สุดใหนหมู่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทย ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงมีความจำเป็นต้องช่วงชิงกันนำเสนอข่าวนั้นก่อนสื่อออนไลน์สำนักอื่น ๆ ทั้ง ๆ ที่รู้ว่า ความรวดเร็วในการนำเสนอข่าว ไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่จะทำให้ข่าวนั้นได้รับความนิยมจากผู้อ่านสื่อออนไลน์ก็ตาม การแข่งขันกันนำเสนอข่าวนี้องที่กลายเป็นต้นเหตุของปัญหาจริยธรรมในสื่อออนไลน์

2) การละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ตกเป็นข่าว บ่อยครั้งที่สื่อออนไลน์เร่งรีบเสนอข่าวโดยไม่ได้ระวางว่า ข่าวที่นำเสนอไปนั้นเข้าข่ายการละเมิดสิทธิมนุษยชนของผู้ตกเป็นข่าวหรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดสิทธิผู้ต้องหา การละเมิดสิทธิเด็ก การละเมิดสิทธิของผู้ถูกละเมิดทางเพศและการละเมิดสิทธิของเพศที่ 3 ฯลฯ ซึ่งนอกจากปัญหาจะเกิดขึ้นจากความเร่งรีบในการนำเสนอข่าวแล้วยังมีสาเหตุมาจากการที่นักข่าวหรือบรรณาธิการของสื่อออนไลน์ขาดความรู้และความตระหนักถึงประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

3) การนำเนื้อหาจากสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอโดยไม่บอกแหล่งที่มาหรือไม่ได้อนุญาตจากเจ้าของเนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์ หรือ Social Media ได้เข้ามามีบทบาทอย่างสูงในการนำเสนอข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นของประชาชนทั่วไป โดยบางครั้ง ผู้นำเสนอข่าวสารหรือแสดงความคิดเห็นนั้น ขาดการตระหนักว่าสื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัว แต่เป็นพื้นที่ที่ข่าวสารและการแสดงความคิดเห็นนั้น อาจถูกส่งต่อหรือ “แบ่งปัน” ไปยังเพื่อนของเพื่อนบนสื่อสังคมออนไลน์ และสิ่งที่ถูกแบ่งปันไปนั้น อาจจะมีผลกระทบในวงกว้างมากขึ้น หากสื่อออนไลน์ไปหยิบเอาข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นนั้นมานำเสนอต่อในพื้นที่สื่อของตน

## 2. การกำกับดูแลจริยธรรมของสื่อออนไลน์

ในช่วงแรกของการเกิดสื่อออนไลน์ ยังไม่มีปัญหาในเชิงจริยธรรมมากนัก เนื่องจากข่าวสารที่ถูกนำเสนอในสื่อออนไลน์เป็นเนื้อหาที่นำมาจากฉบับพิมพ์ โดยอาจจะมีข่าวปัจจุบันทันด่วน หรือ Breaking News บ้างก็เป็นเพียงส่วนน้อย ดังนั้นสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติที่เป็นองค์กรกำกับตนเองด้านจริยธรรมจึงมีมติให้สอบถามสมาชิก ที่เป็นหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ว่า จะให้สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กำกับดูแลไปถึงสื่อออนไลน์ในสังกัดของสมาชิกสภาฯ หรือไม่ ซึ่งผลตอบรับเป็นไปในเชิงบวก นั่นคือสมาชิกทุกระดับยินดีให้สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กำกับดูแลสื่อออนไลน์ในสังกัดด้วย

ต่อมาเมื่อมีการก่อตั้งชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์ (ปัจจุบันจดทะเบียนเป็นสมาคมแล้ว) ขึ้นในเดือนกันยายน 2552 สมาชิกของสมาคม ซึ่งประกอบด้วยเว็บไซต์ข้าวหรือสื่อออนไลน์ ทั้งที่เป็นสมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาชิกสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย หรือไม่ได้เป็นสมาชิกองค์กรใดเลย ได้ร่วมกันจัดทำ "แนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสมาชิกชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์" ขึ้นเพื่อเป็นหลักประกันว่า สมาชิกของชมรมฯ จะทำหน้าที่เสนอข้อมูลข่าวสารภายใต้กรอบจริยธรรมของวิชาชีพสื่อมวลชน โดยสาระสำคัญของแนวปฏิบัติดังกล่าวมีดังนี้

ตามที่ผู้ผลิตข่าวสารออนไลน์ ได้ตกลงร่วมกันจัดตั้ง “ชมรมผู้ผลิตข้าวออนไลน์” ขึ้นเมื่อวันที่ 24 กันยายน พ.ศ. 2553 และเปลี่ยนเป็น “สมาคมผู้ผลิตข้าวออนไลน์” เมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2555 โดยมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่งคือ เพื่อกำกับดูแลและส่งเสริมให้มีการนำข่าวที่ผลิตโดยสมาชิกไปใช้อย่างเหมาะสมและถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งยกระดับธุรกิจและมาตรฐานการนำเสนอข่าวออนไลน์ให้เป็นที่ยอมรับต่อสาธารณชน

ดังนั้นเพื่อให้การดำเนินงานของสมาคมผู้ผลิตข้าวออนไลน์เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง จึงได้มีการจัดทำแนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสมาคมผู้ผลิตข้าวออนไลน์ ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 แนวปฏิบัตินี้เรียกว่า “แนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสมาชิกสมาคมผู้ผลิต ข้าวออนไลน์ พ.ศ. 2555”

ข้อ 2 แนวปฏิบัตินี้ ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ 3 ในแนวปฏิบัตินี้

“สมาชิก” หมายถึง สมาชิกสมาคมผู้ผลิตข้าวออนไลน์

“ข่าว” หมายถึง ข้อมูล เนื้อหาข่าว สารคดีเชิงข่าว บทความ คอลัมน์ ความนำหรือตัวโปรย พาดหัวข่าว ภาพข่าว และคำบรรยายภาพข่าวที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์หรือช่องทางการสื่อสารอื่นของสมาชิก

“ภาพข่าว” หมายถึง ภาพประกอบข่าว หรือสารคดีเชิงข่าว หรือข้อเขียนอื่น ๆ ทั้งที่อยู่ในรูปแบบ ของตัวอักษร หรือภาพเคลื่อนไหว หรือการรายงานข่าวโดยลักษณะอื่น ๆ ที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์หรือช่องทางการสื่อสารอื่นของสมาชิก

ข้อ 4 สมาชิกพึงยึดมั่นและปฏิบัติตามข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพของสภาการหนังสือพิมพ์ แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย โดยเคร่งครัด

ข้อ 5 สมาชิกพึงเคารพและให้การยอมรับเนื้อหาข่าวหรือภาพข่าวที่ผลิตโดยสมาชิกด้วยกัน การนำเสนอโดยการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ซึ่งข่าวหรือภาพข่าวตามวรรค

แรก สมาชิกต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มา เวลาในการนำเสนอ และสร้างจุดเชื่อมโยง (Link) ของข่าวหรือภาพข่าวนั้นกลับไปยังเว็บไซต์ของสมาชิกที่เป็นผู้ผลิตข่าวหรือภาพข่าวด้วย

ข้อ 6 สมาชิกพึงเคารพและให้การยอมรับข้อมูลข่าวสารหรือภาพข่าวที่ผลิตโดยแหล่งข้อมูลอื่น โดยการคัดลอกข้อความใดจากหนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ต้องบอกที่มาของข้อความนั้น

ข้อ 7 เนื่องจากการนำเสนอข่าวหรือภาพข่าว ผ่านเว็บไซต์ของสมาชิกสามารถกระทำได้ตลอดเวลา ดังนั้นสมาชิกพึงใช้วิจรรย์ญาณอย่างเต็มที่ในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวต่าง ๆ ด้วยความระมัดระวัง เพื่อมิให้นำไปสู่ความขัดแย้งและเสียหายอย่างรุนแรงขึ้นในสังคม

ข้อ 8 สมาชิกพึงให้ความเคารพต่อผลงานข่าวหรือภาพข่าวของนักข่าวภาคพลเมืองไม่ว่าข่าวหรือภาพข่าวนั้นจะนำเสนอโดยตรงมายังสมาชิก หรือผ่านช่องทางเครือข่ายสังคม (Social Networking) ต่างๆ

ข้อ 9 การไม่ปฏิบัติตามแนวปฏิบัตินี้ อาจนำไปสู่การพ้นสมาชิกภาพของสมาชิกสิ้นสุดลง ตามความ ในข้อ 9.4 แห่งข้อบังคับกับชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ พ.ศ. 2552

อย่างไรก็ตาม เมื่อสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามามีบทบาทในการเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าว โดยการดึงความสนใจของผู้ใช้ให้มาติดตามข่าวสารในสื่อออนไลน์ และสื่อดั้งเดิม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ รวมทั้งยังมีส่วนในการกำหนดวาระของข่าวสารมากขึ้น (Media Agenda Setting) สมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ จึงร่วมมือกับสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติและสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย จัดทำ “แนวปฏิบัติเรื่องการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน พ.ศ.2553” ขึ้น โดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

เนื่องด้วยในสถานการณ์ปัจจุบัน สื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และเว็บไซต์ข่าวสารต่าง ๆ ได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งในด้านการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็นหรือการเผยแพร่การทำงานขององค์กรข่าว ซึ่งมีทั้งการใช้ประโยชน์ในระดับองค์กร ส่วนบุคคล และผสมผสานเป็นจำนวนมาก จึงควรมีแนวปฏิบัติในการใช้อีสื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชนให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์

องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนจึงได้มอบหมายให้ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เป็นผู้ประสานการยกร่างแนวปฏิบัติ โดยมีตัวแทนจากองค์กรวิชาชีพต่าง ๆ ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและ โทรทัศน์ไทย สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย ชมรมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ ชมรมนักข่าวสายเทคโนโลยีสารสนเทศ นักวิชาการด้านนิเทศ

ศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านกฎหมายและเทคโนโลยีสารสนเทศ ร่วมกันยกร่างและรับฟังความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องจึงกำหนดเป็นแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของสื่อมวลชน ดังต่อไปนี้

หมวด 1 บททั่วไป

ข้อ 1 ในแนวปฏิบัตินี้

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) หมายถึง ช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใด ๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ใช้สามารถสื่อสารเนื้อหา อาทิ Twitter.com Facebook.com Youtube.com Weblog ต่าง ๆ

องค์กรสื่อมวลชน หมายถึง องค์กรสมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และองค์กรสมาชิกสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน หมายถึง ผู้ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ตามธรรมนูญ สภาการหนังสือแห่งชาติ พ.ศ. 2540 ผู้ประกอบวิชาชีพข่าวผู้ปฏิบัติงานข่าววิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ตามธรรมนูญสภาวิชาชีพ ข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย พ.ศ. 2552 และผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนอื่นที่ยอมรับแนวปฏิบัตินี้หมวด 2 แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน

ข้อ 2 การใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชนในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและการแสดงความคิดเห็น พึงยึดมั่นกรอบจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนของสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ และสภาวิชาชีพข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยอย่างเคร่งครัด

ข้อ 3 การนำเสนอข่าวโดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์ขององค์กรสื่อมวลชน ควรมีหลักในการอ้างอิงถึงองค์กรสื่อมวลชน ดังต่อไปนี้

- (1) ชื่อองค์กรสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร
- (2) รายละเอียด สัญลักษณ์ หรือชื่อย่อ ที่แสดงถึงองค์กรสื่อมวลชน
- (3) มาตรการทางเทคนิคที่ยืนยันถึงสถานะและความมีตัวตนขององค์กรสื่อมวลชน

รวมถึงการประกาศต่อสาธารณชนตามช่องทางที่องค์กรมีอยู่

ข้อ 4 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารขององค์กรสื่อมวลชนผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ควรเป็นไปตามข้อบังคับกับจริยธรรม หลักเกณฑ์ และแนวปฏิบัติขององค์กรที่กำกับดูแลตามที่ระบุไว้ในหมวดหนึ่ง และต้องไม่เป็นการสร้างความเกลียดชังระหว่างคนในสังคม ไม่ยุ่งยงให้เกิดความรุนแรงจนอาจนำไปสู่ความขัดแย้งและเสียหายรุนแรงขึ้นในชาติ

ข้อ 5 องค์กรสื่อมวลชนต้องให้ความเคารพและยอมรับข้อมูล ข่าวสาร หรือภาพ ที่ผลิตโดยบุคคลอื่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์การคัดลอก เลียน ข้อความใด ๆ จากสื่อสังคมออนไลน์ พึงได้รับการอนุญาตจากเจ้าของข้อความนั้น ๆ ตามแต่กรณี กรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่



ข้อมูลข่าวสาร หรือรายงานข่าวในฐานะสื่อมวลชน ต้องอ้างอิงถึงแหล่งที่มาของข้อความและข่าวสารนั้นโดยรับรู้ถึงสิทธิ หรือลิขสิทธิ์ขององค์กรหรือบุคคลผู้เป็นเจ้าของข้อมูลดังกล่าว

### หมวด 3

แนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน

ข้อ 6 การนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน อาจแบ่งได้ดังนี้

(1) กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งาน (User Account) ที่ระบุถึงต้นสังกัด ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงใช้ความระมัดระวังในการปฏิบัติตามข้อบังคับ จริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนอย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะความถูกต้อง (Accuracy) สมดุล (Balance) และการใช้ภาษาที่เหมาะสม

(2) กรณีใช้ชื่อบัญชีผู้ใช้งานที่ระบุถึงตัวตนอันอาจทำให้เข้าใจว่าเป็น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน ผู้ใช้งานพึงระมัดระวังการนำเสนอข้อมูลข่าวและการแสดงความคิดเห็นที่อาจนำไปสู่การละเมิดจริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน

ข้อ 7 การรายงานข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงแยก “ข่าว” กับ “ความเห็น” ออกจากกันอย่างชัดเจน พึงระวังการย่อความที่ทำให้ข้อความนั้นบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง และพึงระวังการเผยแพร่ข้อมูลข่าวซ้ำ

ข้อ 8 ในกรณีที่เวลาเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารพึงตระหนักถึงมิติของเวลาในการนำเสนอข่าวนั้น ๆ ด้วย

ข้อ 9 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงตระหนักว่าพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่สาธารณะ ไม่ใช่พื้นที่ส่วนบุคคล ซึ่งข้อมูลที่มีการรายงานจะถูกบันทึกไว้และอาจมีผลทางกฎหมายได้

ข้อ 10 ในการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอ และการแสดงความคิดเห็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนพึงระวังการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ สิทธิเด็กและสตรี ภาพอุจาด ลามก อนาจาร หวาดเสียว และรุนแรง

ข้อ 11 ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชน พึงระมัดระวังกระบวนการหาข่าวหรือภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน รอบด้าน และควรอ้างอิงแหล่งที่มาเมื่อนำเสนอเว้นแต่สามารถตรวจสอบและอ้างอิงจากแหล่งข่าวได้โดยตรงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ไม่ว่าจะการรายงานสดผ่านอุปกรณ์ปลายทางต่าง ๆ (Devices) หรือการสร้างข้อความบนสื่อสังคมออนไลน์จากการประชุม “ปิด” ต้องได้รับอนุญาตจากที่ประชุมก่อน

ข้อ 12 หากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารหรือการแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนเกิดความผิดพลาด จนก่อให้เกิดความเสียหายต่อบุคคล

หรือองค์กรอื่น ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนต้องดำเนินการแก้ไขข้อความที่มีปัญหาโดยทันที พร้อมทั้งแสดงถ้อยคำขอโทษต่อบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ ต้องให้ผู้ได้รับความเสียหายมีโอกาสชี้แจงข้อมูลข่าวสารในด้านของตนด้วย

การที่องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนต่าง ๆ พยายามเข้ามาทำหน้าที่ในการวางกรอบจริยธรรมในการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อออนไลน์ นับว่าช่วยในการดูแลการนำเสนอข่าวสารของสื่อออนไลน์ให้เป็นไปตามกรอบจริยธรรมในวิชาชีพได้ในระดับหนึ่ง แต่ในภาวะที่การแข่งขันที่มีอยู่ค่อนข้างสูงทำให้การละเมิดจริยธรรมของสื่อออนไลน์ ยังคงมีปรากฏให้เห็นเป็นระยะ ๆ ซึ่งกระบวนการกำกับดูแลด้านจริยธรรมของสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้ผลมากกว่าการกำกับดูแลกันเองขององค์กรวิชาชีพ ก็คือ การกำกับดูแลโดยภาคประชาสังคมและประชาชนนั่นเอง

การก้าวสู่โลกแห่งดิจิทัลที่เป็นผลมาจากการพัฒนาและขยายตัวอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ข้อมูลข่าวสารกลายเป็นสิ่งที่ทรงพลังและมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิต การประกอบอาชีพ การพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของบุคคลต่าง ๆ ในสังคม ดังคำกล่าวที่ว่า “ข้อมูล คือ อำนาจ” (Information is power) (ธนู บุญญาวัตร, 2550) ดังนั้นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อในทุกองค์กรสื่อจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในฐานะ “นายทวารข่าวสาร” (Gatekeeper) ซึ่งเป็นผู้ที่สัมผัสและใกล้ชิดกับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และเป็นผู้ตัดสินใจเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรม

ด้วยเหตุดังกล่าวข้างต้น “กระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรมวิชาชีพสื่อ” จึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ อาจารย์ผู้สอน นักวิชาการด้านสื่อและโดยเฉพาะอย่างยิ่งนิสิตนักศึกษาที่จะก้าวออกไปสู่โลกการทำงานด้านสื่อในอนาคตซึ่งควรจะได้รับ การเรียนรู้และการฝึกฝนเพื่อให้สามารถจัดการกับสถานการณ์ ปัญหาเชิงจริยธรรมที่เกิดขึ้นได้ การจะเป็นผู้ประกอบวิชาชีพสื่อ นั้น สถาบันการศึกษาจะต้องฝึกฝนผู้เรียนทั้งในด้านหลักการที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม รวมทั้งฝึกปฏิบัติกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรม

คำว่า “จริยธรรม” (Ethics) มาจากคำในภาษากรีกว่า “Ethos” หมายถึง อารมณ์ (Disposition) หรือคุณลักษณะ (Character) หรือสิ่งที่บุคคลทำเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่ดี (Good Character) (Tate and Taylor, 2014) ตามความหมายของคำศัพท์ “จริยธรรม” ว่าหมายถึง ความประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องตามมาตรฐานของความถูกต้อง ความดีงาม

ส่วนพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2546) ให้ความหมายคำว่า “จริยธรรม” หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติ ศีลธรรม กฎศีลธรรม ส่วนความหมายของจริยธรรมตามความคิดเห็นของนักวิชาการพบว่ามี การให้ความหมายไว้หลายทัศนะว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับ ชุดของมาตรฐาน (Standards) สำหรับพฤติกรรมที่ช่วยให้บุคคลตัดสินใจว่าควรจะทำในขอบเขตของสถานการณ์

อย่างไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง นั่นคือ จริยธรรมเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเตรียมทางเลือกทั้งหมดและเกี่ยวกับการให้เหตุผลว่าทำไมบุคคลควรจะต้องตัดสินใจเลือกทางเลือกนั้น (Bonde and Firenze, 2015)

โดยทั่วไปแล้วจริยธรรมจะมีพื้นฐานทางปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบุคคล ช่วยให้บุคคลตัดสินใจในสิ่งที่ถูกต้อง (Right) ที่แยกออกจากสิ่งที่ไม่ถูกต้อง (Wrong) ซึ่งให้ไปในทางที่ดีที่สุดที่จะกระทำในสถานการณ์หนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับความรับผิดชอบและภาระหน้าที่ที่ บุคคลควรกระทำ (Huasman, 1992) โดยที่จริยธรรมมักจะเกี่ยวข้องกับความประพฤติโดยสมัครใจ (Voluntary Conduct) บนพื้นฐานของการตัดสินใจด้วยตนเอง (Self-determined) (Rodman, 2012) เมื่อหลอมรวมความหมายของจริยธรรมที่นักวิชาการให้ความหมายข้างต้นจึงสรุปได้ว่า “จริยธรรม” เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหลักประพฤตินิติปฏิบัติที่คนในสังคมใช้เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจเกี่ยวกับการกระทำว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง ควรหรือไม่ควร ที่สัมพันธ์กับบริบทของแต่ละบุคคล

คำว่า “วิชาชีพสื่อ” หมายถึง การปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายต่าง ๆ ที่สังกัดองค์กรสื่อ โดยเป็นผู้ที่ได้รับการฝึกฝนทั้งด้านความรู้ความเข้าใจตลอดจนทักษะเฉพาะด้านซึ่งเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารทั้งในด้านการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การรวบรวมข้อมูลข่าวสารการคัดเลือกข้อมูลข่าวสาร และหรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมวิชาชีพ

ดังนั้นหากพิจารณาจากความหมายของ “การตัดสินใจ” เมื่อนำมาเชื่อมโยงกับ “จริยธรรม” และ “วิชาชีพสื่อ” สรุปได้ว่า “การตัดสินใจเชิงจริยธรรมวิชาชีพสื่อ” หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อที่สังกัดองค์กรสื่อต่าง ๆ ในการตัดสินใจเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่เป็นปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมทั้งในแง่ของการแสวงหา การรวบรวมการคัดเลือก และหรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้สามารถเลือกวิธีปฏิบัติจากหลายทางเลือกที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาสู่การปฏิบัติหน้าที่ที่ถูกต้อง โดยอยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมวิชาชีพ

## 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุกัญญา จินวงศ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ประเด็น ความถี่ และทิศทางการนำเสนอข่าว ภาพ ข่าว และบทบรรณาธิการ กรณี: การชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยขับไล่เผด็จการแห่งชาติ (นปช.) ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชน ผลการวิจัยพบว่า 1. ประเด็นและความถี่ในการเสนอ ข่าวสารในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชนให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวสารสลายการชุมนุมมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอร้อยละ 25.68 ส่วนหนังสือพิมพ์มติชนนำเสนอร้อยละ 23.93 2. ทิศทางการนำเสนอภาพข่าวเกี่ยวกับการชุมนุมของกลุ่มนปช. ทั้งหนังสือพิมพ์

ไทยรัฐและมติชนมีทิศทางนำเสนอที่แตกต่างกัน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอภาพข่าวไปในทิศทางลบต่อการชุมนุมของกลุ่มนปช. มากที่สุดร้อยละ 43.28 ส่วนหนังสือพิมพ์มติชนให้ความสำคัญในการพาดหัวข่าวในทิศทางเป็นกลางมากที่สุดร้อยละ 41.89 3. ทิศทางการนำเสนอภาพข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชนมีการนำเสนอภาพข่าวไปในทิศทางที่เป็นลบต่อการชุมนุมของกลุ่มนปช. มากที่สุด โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐนำเสนอร้อยละ 41.03 ส่วนหนังสือพิมพ์มติชนนำเสนอร้อยละ 38.75 4. ทิศทางของบทบรรณาธิการต่อการชุมนุมของกลุ่มนปช. ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐจะนำเสนอในทิศทางลบต่อการชุมนุมของกลุ่มนปช. มากที่สุดถึงร้อยละ 53.85 ส่วนการนำเสนอบทบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์มติชนกลับให้ความสำคัญต่อการนำเสนอในทิศทางเป็น กลางมากที่สุดถึงร้อยละ 42.0

โชติกา สิงหาวัฒนศิริ (2554) ศึกษาการบริหารรูปแบบรายการของสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต บริษัท วอยซ์ทีวี จำกัด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้บริหารและนายทุนที่เคยมีบทบาทในแวดวงสื่อสารมวลชน และมีเจตนาธรรมที่ต้องการนำเสนอข่าวสารที่ดีมีประโยชน์ โดยมุ่งเน้นการรายงานข่าวสารและความเคลื่อนไหวล่าสุดจากมุมโลก นำเสนอประเด็นที่อยู่ในความสนใจในมุมมองที่แตกต่าง นอกจากมีการพัฒนาศักยภาพความรู้ความสามารถของบุคลากร สถานียังให้ความสำคัญกับเรื่องเทคโนโลยี ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในการทำงาน และนักข่าวต้องสามารถเป็นทั้งผู้สื่อข่าวและช่างภาพได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริหารยังให้อิสระภาพในการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดรายการรูปแบบใหม่ จึงทำให้บุคลากรมีกำลังใจสร้างสรรค์ผลงานที่ดี ออกเผยแพร่สู่ประชาชน

นันทิกา หนูสม (2561) ได้ศึกษาถึงลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครผลการศึกษาพบว่า 1) ประเภทของข่าวปลอมที่พบมากที่สุดในช่วงการเก็บข้อมูลคือข่าวปลอมที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ (Bogus) และรูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอมที่พบมากที่สุดคือเนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้น (Fabricated Content) โดยมีเจตนาในการสร้างขึ้นมาเพื่อให้เป็นข่าวปลอมที่สมบูรณ์แนบเนียนที่สุดมีเนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่ทั้งหมดทั้งภาพพาดหัวข่าวเนื้อหาและข้อมูลที่ปรากฏในข่าวสร้างขึ้นมาเป็นข่าวปลอมทั้งสิ้น 2) ระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางโดยกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อในระดับการเข้าถึง การวิเคราะห์และการประเมินในระดับมากส่วนในระดับการสร้างสรรค์นั้นกลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในระดับน้อยที่สุด 3) ส่วนประกอบของข่าวที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เชื่อถือในระดับมากคือข่าวที่มีแหล่งข่าวเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ บนสื่อสังคมออนไลน์ที่ทำให้

เชื่อถือข่าวนั้นในระดับมากเพราะเป็นข่าวที่ถูกนำเสนอบนหน้านิวส์ฟีดของเฟซบุ๊กบ่อย ๆ และผู้รับสารเชื่อถือข่าวที่สามารถหาเหตุผลมาสนับสนุนความเชื่อของตนเองได้เสมอ

Allcott & Gentzkow (2017) ศึกษาเรื่อง สังคมออนไลน์และข่าวปลอมในช่วงเวลาของการเลือกตั้ง ปี 2016 (Social Media and Fake News in the 2016 Election) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาว่าข่าวปลอมมีอิทธิพลหลักต่อผลการเลือกตั้งสหรัฐอเมริกาในปี 2016 หรือไม่ โดยเตรียมข่าว 2 ประเภทไปถามความเห็นจากผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ได้แก่ ข่าวจริงและข่าวปลอมที่ทีมวิจัยเขียนขึ้นมาเองผ่านการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์สำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกันจำนวน 1,208 คน ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 149 ระบุว่า สื่อสังคมออนไลน์ว่าเป็นแหล่งข่าวที่สำคัญที่สุดของข่าวการเลือกตั้ง กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำและแยกแยะข่าวปลอมในช่วงการเลือกตั้งได้และเชื่อในข่าวจริงมากกว่าข่าวปลอม ข้อสรุปที่น่าสนใจคือข่าวปลอมมีอิทธิพลเพียงเล็กน้อยต่อทัศนคติของคน แต่สิ่งที่น่ากังวลในระยะยาวคือคนมีแนวโน้มจะโยนหาข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับอคติของตนเอง ซึ่งโลกดิจิทัลมีข้อมูลมากมายให้ใช้เติมเต็มความเชื่อเดิม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบและเนื้อหาของข่าวปลอมที่มีการพัฒนาให้แยบยลมากขึ้นจากผู้สร้างข่าวปลอมขึ้นมา และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอมที่ผู้วิจัยนำมาเป็นเครื่องมือในการสร้างแนวคำถาม

Nielsen & Graves (2017) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อข่าวปลอม โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม 8 กลุ่มและการสำรวจกลุ่มผู้อ่านข่าวออนไลน์มาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจทัศนคติของผู้รับสารที่มีต่อข่าวปลอม ซึ่งเก็บข้อมูลช่วงครึ่งปีแรกของปี 2017 และกลุ่มตัวอย่างทั้งในการสนทนากลุ่มและการสำรวจมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สเปน และฟินแลนด์ ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างรับรู้ความแตกต่างระหว่างข่าวปลอมและข่าวจริงอย่างพร่าเลือน และไม่รู้ลึกถึงความแตกต่างอย่างชัดเจน 2) เมื่อถูกขอให้ยกตัวอย่างข่าวปลอม กลุ่มตัวอย่างกลับระบุถึงการเขียนข่าวที่แย่ การโฆษณาชวนเชื่อ (รวมถึงการโกหกของนักการเมืองและข้อความเลือกข้างชัดเจน) และโฆษณาบางชนิดมากกว่าพูดถึงข้อมูลปลอมที่ถูกหยิบยกขึ้นมานำเสนอเหมือนเป็นข่าวทั่วไป 3) ข่าวปลอมกลายเป็นปัญหามากยิ่งขึ้นเมื่อเกิดการร่วมมือกันระหว่าง 3 องค์ประกอบ คือ องค์กรสื่อที่เผยแพร่ข่าวลวง นักการเมืองบางคนสร้างข่าวลวงขึ้นมา และแพลตฟอร์มบางแห่งที่ยินดีเผยแพร่ข้อมูลเหล่านั้นออกไป 4) กลุ่มตัวอย่างระมัดระวังตัวในการถกเถียงเรื่องราวเกี่ยวกับข่าวลวงและมองว่ามันเป็นวลี ยอดนิยามที่นักการเมืองและกลุ่มบุคคลอื่นหยิบมาใช้เพื่อวิจารณ์องค์กรสื่อและบริษัทผลิตแพลตฟอร์ม 5) การถกเถียงเรื่องข่าวลวงเป็นตัวการที่ทำให้ความเชื่อถือที่มีต่อองค์กรสื่อ นักการเมือง และแพลตฟอร์มต่ำลง ทำให้เกิดบรรยากาศแห่ง

ความสงสัยต่อตัวบุคคลที่กุมข้อมูลข่าวสารร่วมสมัย 6) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าสำนักข่าวอิสระเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือและจะกลับไปเช็คข้อมูลเมื่อต้องการ แต่ก็ไม่เห็นด้วยว่าการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข่าวแหล่งเดียวหรือสองสามแหล่งจะน่าเชื่อถือพอสำหรับทุกเรื่อง ในทัศนคติและมุมมองของสื่อ ผู้รับสาร ผู้ผลิตสารและแพลตฟอร์ม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอมที่ว่า เมื่อข่าวบนสื่อออนไลน์ได้รับการยอมรับมากขึ้นบวกกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่มักมีแนวโน้มเชื่อในสิ่งที่เชื่ออยู่แล้วก็ทำให้ข่าวที่อาจไม่ถูกต้องในข้อเท็จจริงแต่ถูกใจคนอ่าน

อลงกรณ์ เหมือนดาว และแอนนา จุมพลเสถียร (2558) ได้ศึกษากระบวนการนำข้อมูลจากสื่อสังคมมาใช้ในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ พบว่าปัจจุบันสื่อมวลชนนิยมใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมมานำเสนอข่าวกันอย่างแพร่หลายทำให้กระบวนการคัดเลือกข้อมูลเพื่อใช้ในการนำเสนอข่าวเปลี่ยนไปจากข้อมูลข่าวที่ถูกค้นหาโดยผู้สื่อข่าวโดยตรง อาจจะมีข้อมูลหรือประเด็นข่าวให้เลือกแบบจำกัด แต่การตรวจสอบทำได้ง่ายและไม่ต้องใช้วิธีการสืบค้นซับซ้อนเพราะข้อมูลที่ถูกนำมาใช้มักเป็นข้อมูลที่ผู้สื่อข่าวได้ไปลงพื้นที่สืบหาด้วยตัวเอง หรือได้รับจากแหล่งข่าวที่มีตัวตนเชื่อถือได้ขณะที่การนำข้อมูลจากสื่อสังคมมาใช้ในการนำเสนอข่าว แม้ทำให้ข้อมูลหรือประเด็นข่าวมีให้เลือกมากมายแต่กระบวนการตรวจสอบและคัดกรองต้องถูกกำหนดไว้อย่างละเอียดหลายขั้นตอนในการคัดกรองข้อมูลจากสื่อสังคม โดยพิจารณาจากจำนวนการเข้าชม จำนวนการแชร์

พรรณพีไล ปุกหุด (2553) ศึกษาเรื่อง “กรอบในการคัดเลือกข่าวของสถานีข่าวทีเอ็นเอ็น 24” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการคัดเลือกข่าวของสถานีข่าวทีเอ็นเอ็น 24 จำนวน 18 คน และเก็บความถี่หัวข้อข่าว ความยาวข่าว และลำดับข่าว โดยมีการออกแบบตารางเก็บข้อมูล ใช้เป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์เนื้อหา ระหว่างวันที่ 10 ตุลาคม ถึง 10 พฤศจิกายน 2553 โดยผลการศึกษา พบว่า กรอบในการคัดเลือกข่าวของสถานีข่าวทีเอ็นเอ็น 24 มีด้วยกัน 2 ปัจจัย คือ 1.ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบด้วย การบริหารงาน และนโยบายการผลิตงานสื่อ ทัศนคติ ของผู้คัดเลือกข่าว และการเผยแพร่และการออกอากาศ 2. ปัจจัยภายนอกองค์กร ประกอบด้วย คุณค่าของข่าว แรงกดดันทางสังคมและการเมือง และแรงกดดันทางเศรษฐกิจส่วน การออกอากาศข่าว 24 ชั่วโมง ของสถานีข่าวทีเอ็นเอ็น 24 ส่งผลกระทบต่อ รูปแบบรายการบุคลากร และ เนื้อหาข่าว โดยรูปแบบรายการจะต้องเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาการออกอากาศบุคลากรจะต้องทำงานเป็นช่วงเวลา ขณะที่ เนื้อหาข่าวจะต้องมีการ ตัดทอน เพิ่มเติม และตกแต่งข่าวสารใหม่ เพื่อตอบสนองการนำเสนอข่าว 24 ชั่วโมง และข่าวที่ได้รับความสำคัญในการนำเสนอ นั้น ขึ้นอยู่กับคุณค่าของข่าว ไม่ได้ขึ้นอยู่กับประเภทของข่าว เพราะข่าวใดที่มีคุณค่ามากจะได้รับความสำคัญในการนำเสนอมากที่สุด

ประวีณา พลเขตต์ (2561) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแซร์ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงเชิงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแซร์ และศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของผู้ชมรายการซัวร์ก่อนแซร์ โดยใช้ทฤษฎีประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดเรื่องการรับรู้และแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ เป็นกรอบในการวิเคราะห์ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีการรับชมรายการเป็นประจำและมีปฏิสัมพันธ์กับรายการอย่างสม่ำเสมอจนพบว่ากลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนมีการรับรู้ด้านเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการซัวร์ก่อนแซร์ แต่ในแง่ของการรับรู้แบบรู้เท่าทันสื่อและการนำไปใช้ประโยชน์จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และในส่วนของระดับการเปิดรับพบว่ารายการซัวร์ก่อนแซร์สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การเชื่อ และการแชร์ข่าวในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก และมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การเชื่อ และการแชร์ข่าว เนื่องมาจากปัจจัยด้านภูมิหลังทางสังคม อุปนิสัย ประสบการณ์ และทัศนคติต่อข่าวแซร์ และความชอบส่วนบุคคลที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับข่าวปลอมที่ว่า เมื่อข่าวบนสื่อออนไลน์ได้รับการยอมรับมากขึ้นบวกกับพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีแนวโน้มเชื่อในสิ่งที่เชื่ออยู่แล้วก็ทำให้ข่าวที่อาจไม่ถูกต้องในข้อเท็จจริงแต่ถูกใจคนอ่าน

จิโรจน์ จิตราพัฒนานันท์ (2559) ได้ศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการนำไปสู่กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 เพื่อการนำเสนอข่าวที่เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนและสังคม โดยการบริหารทรัพยากรสำหรับผลิตรายการ 5 วันต่อสัปดาห์ โดยที่ผู้ชมไม่เสียอรรถรสในการรับชม ซึ่งบุคลากรต้องเข้าใจการผลิตงานตั้งแต่ต้นจนจบพร้อมทั้งทักษะการเชื่อมโยงประเด็นข่าวที่เข้าใจที่มาของเหตุการณ์ เรียงลำดับข่าวที่เกิดขึ้น และทักษะการสืบค้นที่ครอบคลุม ถูกต้อง ผนวกกับการมีเครือข่ายและแหล่งข่าวเฉพาะที่น่าเชื่อถือ ทำให้ข่าวที่นำเสนอออกมามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผ่านกลยุทธ์การนำเสนอข่าวด้วยการวางแผนด้านผู้ชม โดยศึกษากระแสนิยมในสังคมและพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนไป วางแผนด้านเนื้อหารายการโทรทัศน์และออกแบบการรับรู้ในภาพลักษณ์ของรายการ สร้างความจดจำ และวางแผนการผลิตเพื่อการตอบสนองคุณค่าข่าวภายใต้จุดยืนของสถานีซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับการศึกษาวิจัยชิ้นนี้ทั้งแนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอรายการข่าวแนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper) และแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร (Agenda-setting)

ณัฐชนน อาภาศรีรัตน์ (2560) ที่ศึกษาการคัดเลือกประเด็นข่าวและการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบในการคัดเลือกประเด็นข่าวผ่านการนำเสนอในยุคดิจิทัลของสถานีโทรทัศน์สีทองทัพบกช่อง 7 เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้พฤติกรรมของผู้ชมหรือ

กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยเฉพาะการรับชมข่าวผ่านสื่อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องปรับตัว โดยเฉพาะด้านการคัดเลือกประเด็นข่าวที่จะนำเสนอให้มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับทุกช่องทางในการออกอากาศ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การคัดเลือกประเด็นข่าวเพื่อนำเสนอในยุคดิจิทัลจะอ้างอิงตามหลักเกณฑ์คุณค่าความเป็นข่าวและยึดตามแนวนโยบายของสถานีที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งยังไม่เปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันก็เพิ่มความน่าสนใจด้วยการเพิ่มประเด็นข่าวที่อ้างอิงมาจากกระแสของโลกออนไลน์หรือประเด็นที่ประชาชนกำลังให้ความสนใจอยู่ในขณะนั้น ซึ่งส่วนมากแล้วประเด็นข่าวใดที่นำเสนอผ่านสื่อหลักคือ โทรทัศน์ก็จะสามารถนำมาเสนอผ่านสื่อออนไลน์ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร (Agenda-setting) ต่อมา การศึกษาวิจัยปัจจัยในการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลและการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง

รุ่งลักษณ์ นาคพงษ์ (2561) ที่ศึกษานโยบายการบริหารงานข่าวและปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารงานข่าวและการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวกับช่องทางการสื่อสาร รวมถึงศึกษาคุณสมบัติและบทบาทหน้าที่ของการเป็นสื่อมวลชนที่ต้องมีการปรับตัวในยุคภูมิทัศน์ที่สื่อมีการเปลี่ยนแปลง จนพบว่าองค์กรข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลมีการกำหนดนโยบาย นำเสนอข่าวบนความถูกต้องเป็นกลาง และน่าเชื่อถือ โดยบุคลากรที่มีอยู่อย่างจำกัดต้องมีความรอบรู้ในการปฏิบัติงาน รวมถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการบริหารงานข่าว และกระบวนการสื่อ ข่าวออนไลน์และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตข่าวและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการบริหารงานข่าวมากที่สุดคือรายได้หลักที่มาจากผู้สนับสนุนและโฆษณาองค์กร จึงมีการนำเสนอข่าวเพื่อสร้างความนิยมแก่ผู้รับชม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอรายการข่าว แนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper) และแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร (Agenda-setting)

ภาณุพงษ์ ทินกร (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และศึกษาแนวทางกำกับดูแลที่เหมาะสม โดยการเก็บข้อมูลจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์โดยตรงที่ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการข่าวหรืออยู่ในฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลออกอากาศภาคพื้นดิน จนพบว่าผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ตระหนักถึงปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้น ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อมวลชน ได้แก่ นโยบายของบริษัทเจ้าของสื่อ บุคลากรในองค์กรระดับตัดสินใจ เช่น บรรณาธิการและหัวหน้าข่าวมีผลมากกว่าปัจจัยภายนอก สุดท้ายคือ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์เห็นด้วยกับแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร



(Agenda-setting) มากที่สุด โดยเห็นควรให้มีการลงทะเบียนสื่อมวลชนและมีบทลงโทษทางกฎหมายกับสื่อมวลชนที่ไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชน

สกุลศรี ศรีสารคาม (2554) ที่ศึกษาหลักวิธีคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในการใช้งานสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว และการพัฒนารอบการกำกับดูแลทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์และสื่อสังคม จากการศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า หลักจริยธรรมที่ควรมีการทบทวนบทบาทในการปฏิบัติงานข่าวบนสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ได้แก่ ประเด็นเรื่องความถูกต้อง ความเป็นกลาง การรักษาสมดุล ความโปร่งใส จุดยืนเรื่องการแสดงออกทางความคิด บทบาทในการคัดกรองข่าวสาร และการประสานสังคมไม่สร้างความขัดแย้ง นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์กรอบปฏิบัติที่มีอยู่ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การพัฒนารอบจริยธรรมหรือแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์ควรมีการกำหนดกรอบภาพกว้างควบคู่กับการให้คำอธิบายเชิงเทคนิคในการใช้งานเพื่อตอบโจทย์จริยธรรมภาพกว้างเป็นคู่มือประกอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัตินำไปปรับใช้งานได้จริง โดยการร่างกรอบจริยธรรมแนวปฏิบัติสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ควรใช้กรอบในการพิจารณา 5 เรื่อง คือ 1) กรอบความรับผิดชอบของตนเองต่อสังคม 2) กรอบทางวิชาชีพ 3) กรอบข้อบังคับทางกฎหมาย 4) กรอบการใช้งาน ประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม และ 5) กรอบเรื่องการตลาดและโมเดลทางธุรกิจขององค์กร และเกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างองค์กรข่าว องค์กรวิชาชีพ และนักข่าวพลเมืองภาคประชาชนเพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกันในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์เพื่อการรายงานข่าวแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอรายการข่าวและแนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper) โดยตรง

พัชรภา เอื้ออมรวนิช (2561) ที่ศึกษาถึงความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในยุคข่าวสารไร้พรมแดน เพื่อหาแนวทางการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสมของสื่อมวลชน โดยใช้ทฤษฎีสื่อสารมวลชนว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda-setting) แนวคิดคุณค่าข่าว และแนวคิดจริยธรรมสื่อมวลชน จากการศึกษาเชิงลึกกับนักวิชาการสื่อ สื่อมวลชน จนพบว่าความรับผิดชอบต่อเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในยุคข่าวสารไร้พรมแดนนั้นสื่อมวลชนพยายามรักษาความรับผิดชอบต่อเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงความถูกต้องและความรวดเร็ว โดยพยายามนำเสนอข่าวสารบนพื้นฐานทางจริยธรรมของสื่อ แต่ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อเสนอข่าวสารนั้นประกอบไปด้วย การแข่งขันกันของสื่อ การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ระบบนายทุน เจ้าของสื่อ สปอนเซอร์ การตลาด รวมทั้งเพื่อความอยู่รอดของสื่อมวลชนเองที่มีส่วนทำให้สื่อมวลชนละเลยความรับผิดชอบต่อจริยธรรมอยู่บ่อยครั้งที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การนำเสนอข่าวที่เหมาะสมของสื่อมวลชน

ควรรนำเสนอข่าวสารภายใต้ความถูกต้อง ครบถ้วนของข้อมูลบนพื้นฐานของจริยธรรม คำนึงถึง  
รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่ายตั้งแต่ผู้รับสาร สื่อมวลชน และ  
องค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยต้องวางรากฐานทางการศึกษาให้กับคนในสังคม ปลุกฝังเรื่องคุณธรรม  
จริยธรรม และสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับคนในสังคมเพื่อให้เปิดรับสื่อได้อย่างมีคุณภาพด้วย



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจเอกสาร โดยทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี เอกสารรายงานการประชุมวิชาการ รายงานข้อมูลสถิติต่างๆ ข้อเสนอปัญหาและข้อเสนอแนะ ข่าวสาร วารสารทางวิชาการ การสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีคำถามหลัก กับผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ในการศึกษา ในเรื่องของความคิดเห็นและความต้องการของผู้บริหารจาก ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ โดยกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ในการศึกษานี้ ได้แก่ กลุ่มบริหารระดับสูง กลาง และระดับปฏิบัติ ในการกำหนดรายการข่าวเพื่อนำเสนอต่อสาธารณชนของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐออนไลน์ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ออนไลน์ และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการออนไลน์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษานี้ได้ทำการคัดเลือก โดยวิธีการเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งจะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจเอกสาร โดยทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี เอกสารรายงานการประชุมวิชาการต่าง ๆ รายงานข้อมูลการมีส่วนร่วมทางการเมือง ข้อเสนอปัญหาและข้อเสนอแนะ ข่าวสาร วารสารทางวิชาการ และการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีคำถามหลัก เพื่อใช้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา

#### 3.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

1. คุณสีบพงศ์ อุณรัตน์  
ตำแหน่ง ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์เดลินิวส์
2. คุณอภิชาติ สีตาพล  
ตำแหน่ง นิวส์โปรดิวเซอร์ ฝ่ายบรรณาธิการข่าว ไทยรัฐทีวี
3. คุณเพ็ญภา เข้มตรง  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนผลิตและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สำนักข่าว กรมประชาสัมพันธ์

4. คุณณภัช อินทร์น้อย

ตำแหน่ง ผู้สื่อข่าวสำนักเว็บมาสเตอร์ ผู้จัดการออนไลน์

5. คุณกัลยา ยืนยง

ตำแหน่ง ผู้สื่อข่าวสายเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์

### 3.2 การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Purposive Sampling) เพื่อดำเนินงานเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

### 3.3 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1) การศึกษาผ่านเอกสาร (Document Research) คือ การรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ เอกสาร โดยบทความวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ หนังสือพิมพ์รายงาน เว็บไซต์ เพจข่าว ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี เอกสารรายงานการประชุมวิชาการ รายงานข้อมูลสถิติต่างๆ ข้อสรุปปัญหาและข้อเสนอแนะ วารสารทางวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยการคัดเลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตอบปัญหาการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยการใช้คำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง มีคำถามหลักและรอง เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา และเพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ซึ่งจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Analysis)

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งการสัมภาษณ์เจาะลึกนั้นเป็นการพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นการถามเจาะลึกคำตอบอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อจุดมุ่งหมายให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ การถามนอกจากจะให้อธิบายแล้ว ยังถามถึงเหตุผลด้วย ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีรายละเอียดลึกซึ้ง โดยแนวคำถามในการวิจัยครั้งนี้จะมุ่งไปประเด็นที่เกี่ยวกับข้อมูลการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

กระบวนการในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดำเนินงานนั้น งานวิจัยนี้ได้กำหนดใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยกระบวนการวิธีการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) อันเป็นกระบวนการวิธีการสัมภาษณ์ที่ไม่มีรูปแบบข้อคำถามที่ตายตัวหรือกระบวนการวิธีการสัมภาษณ์ที่มีลักษณะที่ไม่มีข้อคำถามที่เป็นมาตรฐาน (Unstructured or Unstandardized Interview) กล่าวคือเป็นการกระบวนการวิธีการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างของข้อคำถามที่นำมาใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) อย่างชัดเจน เพียงแต่มีการกำหนดลักษณะของข้อคำถามที่มีลักษณะเปิดกว้างมีความยืดหยุ่นและมีการนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ประกอบในการชี้นำในกระบวนการสัมภาษณ์โดยที่ลักษณะของข้อคำถาม โดยนำมาประมวลเป็นแนวทางในการเขียนวิเคราะห์และรายงานเชิงพรรณนา เพื่อนำไปวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนต่อไป

สำหรับกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ ได้กำหนดกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลใน 2 ลักษณะอันได้แก่กระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ และข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกระบวนการหรือแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มโดยกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าว ให้เป็นกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามแนวทางของกระบวนการเชิงคุณภาพอันมีสาระสำคัญ โดยสรุปดังต่อไปนี้

3.4.1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ และข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการรายงาน บทความและผลงานวิจัยประเภทต่างๆ เป็นต้น เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหรือสร้างแบบสัมภาษณ์เจาะลึกรวมทั้งเพื่อนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

3.4.2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับแนวทางประการสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) นั้น ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการขอความร่วมมือจากองค์กรหรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างสำหรับครั้งนี้ เพื่อขอสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ อย่างไรก็ตามในกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการบันทึกข้อมูลโดยวิธีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้ให้สัมภาษณ์โดยการขออนุญาตก่อน

### 3.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ดังนั้นก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้มีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบโดยการโยงสามเส้า (Triangulation)

3.5.1 จัดทำโดยใช้วิธีการเปรียบเทียบจากการใช้ข้อมูลวิธีการเก็บข้อมูลหลาย ๆ วิธีร่วมกัน (Triangulation of Method) ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้อง การสังเกตการณ์ บันทึกเสียง และจดบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ ขณะสัมภาษณ์ รวมถึงการใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากเอกสารประกอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญและเพียงพอในการนำมาสรุปและวิเคราะห์ และค้นหาคำตอบในระดับต่อไป

3.5.2 การให้ผู้ที่ไม่มีส่วนร่วมโดยตรงกับงานวิจัยตรวจสอบประเด็นคำถาม (Peer Debriefing) โดยให้บุคคลที่มีความผู้เชี่ยวชาญ และประสบการณ์ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งตรวจสอบและให้คำแนะนำ รวมถึงเพิ่มเติมมุมมองที่ยังขาดไปของงานวิจัย เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของการศึกษาในขั้นต่อไป

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องตรงตามความเป็นจริงและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) รวบรวมจากบทความ เว็บไซต์ เพจข่าว ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และจากการสังเกตการณ์ทางสื่อสังคมออนไลน์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการจดบันทึก การบันทึกเทป เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญในด้านการบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์ตามขั้นตอน โดยหลังจากที่ได้รวบรวมข้อมูล ทั้งการสำรวจเอกสาร ทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย หนังสือ ตำรา บทความเอกสารรายงานประจำปี เอกสารรายงานการประชุมวิชาการต่างๆ ข้อเสนอปัญหาและข้อเสนอแนะ ข่าวสาร วารสารทางวิชาการ และสรุปบทสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา เพื่อตอบตอบโจทย์วิจัยให้ตรงตามวัตถุประสงค์อย่างลึกซึ้ง โดยจะมีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 1) การจำแนกเนื้อหาข้อมูลทั้งจากการศึกษาจากเอกสาร และอินเทอร์เน็ต และตามกลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 2) ทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามเนื้อหา และสาระที่จะทำการวิเคราะห์
- 3) จัดกลุ่มข้อมูลแยกตามกลุ่มประเด็นที่จะตีความหมาย (Meaning) ด้วยการวิเคราะห์ตาม หลักการของวิธีการอุปมาน (Inductive Approach) ที่เน้นการใช้หลักตรรกวิทยา (Logic) ในการพิจารณา จากหลักฐานที่เป็นเนื้อหาข้อมูล ปรากฏการณ์ที่เป็นเรื่องเล่าจากข้อมูล ตลอดจนสัญลักษณ์ที่ได้จากเนื้อหา ข้อมูล ฯลฯ
- 4) สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล



## บทที่ 4 ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อ ดังนี้

### 4.1 การบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

หน้าที่ของสื่อมวลชนไม่เพียงแต่เลือกสรรเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มานำเสนอแต่ยังต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ซึ่งก็คือผู้คัดกรองข่าวสาร ตรวจสอบความถูกต้อง และตรวจสอบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ก่อนที่จะนำเสนอไปสู่ผู้ชม ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ผ่านผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งผู้จัดการฝ่ายข่าว บรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว เพื่อที่จะทราบถึงขั้นตอนของการคัดกรองข่าวได้อย่างชัดเจนที่สุด และพบว่าวิธีการคัดกรองข่าวปลอมของสื่อออนไลน์ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1 ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น 2) ตรวจสอบหาต้นตอแหล่งที่มาของข่าว 3) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ และ 4) สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

#### 4.1.1 ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น

ตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นว่ามีแหล่งข่าวอื่นที่มีเนื้อหาข่าวในลักษณะเดียวกันหรือไม่ แหล่งข่าวมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอข่าวหรือไม่ การเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์บนโลกโซเชียลมีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอม บางครั้งไม่สามารถแยกแยะได้มากนัก จึงขอแนะนำทุกท่านให้รู้จักสังเกตข่าวด้วยตัวเองได้อย่างไรบ้าง ต้องตั้งคำถามเสมอที่จะไม่แชร์อะไรที่ไม่ตั้งคำถาม หรือคิดก่อนว่าสิ่งนี้เป็นจริงหรือไม่

“ขั้นตอนการตรวจสอบจะเริ่มจากบรรณาธิการของแต่ละโต๊ะข่าวที่จะต้องรับผิดชอบประเด็นข่าวของตนเองในการตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าว ไม่ใช่เห็นว่าเห็นสื่ออื่นรายงานมาแล้วจะต้องรีบรายงานต่อไปเลย



เราจะไม่ทำอย่างนั้น โดยบรรณาธิการมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบในการตรวจสอบข่าวนั้น ๆ กับแหล่งข่าวของตนเอง ยอมเสียเวลาในการตรวจสอบสักนิดหนึ่ง ตั้งคำถามกับมันสักหน่อยกับการที่จะต้องนำเสนอข่าวอย่างถูกต้องเพื่อทำให้เกิดภาพความน่าเชื่อถือของสำนักข่าวของเรา ช่องของเรา ซึ่งอันนี้เป็นสิ่งสำคัญ เพราะว่าความน่าเชื่อถือของสำนักข่าว เป็นสิ่งที่ทำให้คนยังติดตามสำนักข่าวนั้น ๆ อยู่” (คุณสีบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

“คุณสมบัติที่ผู้สื่อข่าวออนไลน์ทุกคนพึงมีคือ วิจารณ์ญาณในการตั้งข้อสังเกตกับข่าวที่ได้รับมา ทุกคนจะต้องสามารถวิเคราะห์ข่าวได้ทั้งในแง่ของความจริง ความถูกต้อง และข้อมูลที่เนื้อหาสาระที่จะต้องนำเสนอ ดังนั้น ด้านแรกเลยจึงเป็นเรื่องของตรวจสอบเบื้องต้นด้วยตัวเองจากประสบการณ์ จากความสามารถ หรือการเสาะแสวงหาวิธีการในการตรวจสอบ ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตาม” (คุณกัลยา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

#### 4.1.2 ตรวจสอบหาต้นตอแหล่งที่มาของข่าว

การตรวจสอบหาต้นตอของข่าว บางครั้งข่าวปลอมอาจเป็นข่าวเก่าที่เคยเกิดขึ้นหรือข้อมูลจากข่าวเก่ามาแล้วใหม่อีกครั้ง เพื่อให้เกิดความแตกตื่นหรือเพื่อประโยชน์แอบแฝง

“โดยหลักการแล้วไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงจากอดีตมากนัก ซึ่งมีแนวนโยบายจากผู้บริหารอย่างชัดเจนว่า ข่าวไม่เป็นไรแต่อย่าผิด เพราะก่อนหน้านี้มีบทเรียนมามากในเรื่องของการช่วงชิงความรวดเร็วในการออกข่าว จนทำให้เกิดความผิดพลาดข้อมูลคลาดเคลื่อน นำมาซึ่งการสูญเสียความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียงหรือความเป็นความตายของใครบางคนที่ไม่จำเป็นต้องรีบ ต้องตรวจสอบให้ถูกต้องก่อนแล้วจึงนำเสนอ ไม่เร่งด่วน เร่งรีบ และไม่กลัวว่าจะล่าช้า แต่ต้องรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วน นำเสนอให้รอบด้าน เพื่อให้ข่าวมีความสมบูรณ์มากขึ้น” (คุณสีบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

“ข่าวแต่ละตัวที่นักข่าวทุกคนได้รับมา สิ่งที่สำคัญมาก ๆ สิ่งแรกที่เราควรทำคือ ตรวจสอบแหล่งที่มาของข่าวว่ามาจากไหน ใครเป็นผู้ให้ข้อมูล ตำแหน่งอะไรหน่วยงานไหน ฟังดูอาจจะมากเกินไป แต่ความจริงแล้วทั้งหมดที่กล่าวมาเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่ต้องทราบ เพราะจะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงและเนื้อหาของข่าวนั้นได้ เพราะเราจะไม่นำเสนอข่าวที่ไม่ทราบแหล่งที่มาหรือต้นตอของข่าวออกไป โดยอ้างว่ามีรายงานข่าวแหล่งข่าวให้ข้อมูลว่า เนื่องจากการสื่อออนไลน์ต้องระบุชื่อเสียงเรียงนามผู้ให้ข้อมูลอย่างชัดเจน” (คุณอภิชาติ สีดาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

#### 4.1.3 ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ

ตรวจสอบแหล่งข่าวอื่น ๆ ประกอบ เช่น หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าวนั้น ๆ เพื่อยืนยันว่ามีเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริง เช่น ถ้าเรื่องโรคระบาดก็ตรวจสอบไปที่กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หรือโรงพยาบาล และอื่นๆ สามารถได้จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ดังนี้

1. อย่าหลงเชื่อหัวข่าวนั้น ข่าวปลอมมักมีข้อความพาดหัวที่สะกดตา หากหัวข่าวนั้นฟังดูหวือหวาและไม่น่าเป็นไปได้ ข่าวนั้นก็น่าจะเป็นข่าวปลอม
2. พิจารณาลิงก์อย่างถี่ถ้วน ลิงก์ปลอมหรือลิงก์ที่ดูคล้ายลิงก์จริง อาจเป็นสัญญาณเตือนของข่าวปลอม เว็บไซต์ข่าวปลอมจำนวนมากปรับเปลี่ยนลิงก์เล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อเลียนแบบแหล่งข่าวจริง คุณสามารถไปที่เว็บไซต์และเปรียบเทียบลิงก์นั้นกับลิงก์ของแหล่งข่าวที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือได้
3. ตรวจสอบแหล่งข่าว ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรื่องราวนั้นเขียนขึ้นโดยแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือและมีชื่อเสียงด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หากเรื่องราวนั้นมาจากแหล่งข่าวที่คุณไม่รู้จักให้ตรวจสอบส่วนที่เกี่ยวข้องกับเพจแหล่งข่าวนั้นเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม
4. สังเกตสิ่งที่ผิดปกติ เว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่งมักสะกดคำผิดหรือมีการจัดวางรูปแบบที่ดูไม่เป็นมืออาชีพ หากคุณเห็นลักษณะเหล่านี้ควรอ่านข่าวอย่างระมัดระวัง
5. พิจารณารูปภาพ ข่าวปลอมมักมีรูปภาพหรือวิดีโอที่ถูกบิดเบือน บางครั้งรูปภาพอาจเป็นรูปจริงแต่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของเรื่องราว คุณสามารถค้นหารูปภาพนั้นเพื่อตรวจสอบยืนยันแหล่งที่มาของรูปภาพได้

6. ตรวจสอบวันที่ ข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุสมผลหรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์

7. ตรวจสอบหลักฐาน ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่า แหล่งข้อมูลนั้นถูกต้อง ข่าวที่ไม่มีหลักฐานหรืออ้างอิงผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ระบุชื่ออาจชี้ให้เห็นว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม

8. เปรียบเทียบข่าวจากแหล่งอื่นๆ หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นที่รายงานเรื่องเดียวกัน ก็อาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม ถ้าข่าวนั้นมีการรายงานจากหลายแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือก็เป็นไปได้ว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวจริง

9. ข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่ บางครั้งเราก็แยกข่าวปลอมออกจากมุกตลกหรือข่าวเสียดสีได้ยาก ตรวจสอบดูว่าเรื่องนั้นมาจากแหล่งที่มาที่ขึ้นชื่อเรื่องล้อเลียนและเสียดสีข่าวหรือไม่ และพิจารณาว่ารายละเอียด ตลอดจนน้ำเสียงในการเล่าเรื่องฟังดูเป็นไปเพื่อความสนุกสนานหรือไม่

“ตั้งข้อสังเกตจากถ้อยคำหรือภาษาที่ใช้เขียนข่าวจากประสบการณ์เราก็จะรู้อย่างไร รวมถึงข้อสังเกตพิรุศต่าง ๆ อย่างเช่น สิ่งที่แชร์กันมากมาย ผิดปกติ เราที่ต้องตั้งคำถามก่อนเลย ก่อนที่จะเชื่อ ถามว่าในข่าวลือเคยกลายเป็นข่าวจริงไหม มันก็มี อย่างเรื่องการแต่งตั้งตำแหน่งสูง ๆ ในบ้านเรามีลือว่ายังงั้น ลือว่าอย่างนี้ ซึ่งเราต้องตั้งข้อสังเกตก่อนที่จะเชื่อเพราะไม่เสียหายหากจะยังไม่เชื่อ เพราะยังไม่ได้รับการยืนยันจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ เพราะเราก็สามารถที่จะตรวจสอบข้อมูลประกอบได้ด้วยตัวเอง จากคำประกาศหรือแถลงการณ์ต่าง ๆ ” (คุณเพ็ญภา เชมตรง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2564)

“วิธีการตรวจสอบว่าข่าวนั้นเป็นข่าวจริงหรือข่าวปลอม อันดับแรกเราต้องมีแหล่งข้อมูลที่จะตรวจสอบข้อเท็จจริงในรอบด้าน เพราะข่าวแต่ละข่าวจะมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงหลายหน่วยงาน หลายองค์กร อย่างเวลาที่โทรหาแหล่งข่าวเพื่อตรวจสอบข้อเท็จจริง จะต้องมีการติดต่อมากกว่า 1 ที่จะต้องเป็นผู้ยืนยันข้อมูลนั้น ๆ เพราะเมื่อหลายคนพูดตรงกันหรือยืนยันข้อมูลมานำหน้าความน่าเชื่อถือของข่าวก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย” (คุณณภัช อินทร์น้อย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2565)

นอกจากการตรวจสอบข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมจากแหล่งข่าวต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีจำนวนมาก เมื่อได้ข้อมูลมาแล้ว ก็จะมีการดำเนินการกับข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การแยกประเภท การจัดชั้น การสังเขป การหาข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลการพิจารณาหาว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มีความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นหรือไม่อย่างไร

#### 4.1.4 สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ โดยตรง หรือหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้

“อย่างเช่น คีนี่มรสุมจะเข้า พายุจะเข้าแบบโลกาวินาศ เค้าจะใช้คำลักษณะที่มันเกินจริงที่ทำให้คนตระหนกและโยงเข้ากับสภาพอากาศที่เป็นอยู่ในปัจจุบันที่บางที่อาจจะครีมีฟ้าครีมีฝนมาจริง ๆ และก็เต็มสี่เต็มอะไรเข้าไปเพื่อให้คนตกใจ ซึ่งพอเราเห็นคำแบบนี้ก็อย่าเพิ่งไปเชื่อ ส่วนการตรวจสอบก็ต้องตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องนั้น อย่างที่ก็จะตรวจสอบจากกรมอุตุฯ โดยตรง ซึ่งเราก็จะมีแหล่งข่าวโดยตรงเลย ซึ่งเขาก็จะให้ข้อมูลความจริงได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ จริง ๆ ซึ่งถ้ามันมีความซ่อนเร้นอยู่เราก็ต้องตั้งข้อสังเกตว่าเรื่องนี้ออกมาได้อย่างไรก็จะให้แหล่งข่าวอธิบายกับเรื่องที่เกิดขึ้น เรามีหน้าที่คือต้องทำความเข้าใจความกระจ่างออกมา เราต้องมีข้อมูลมายืนยัน มีแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ มีข้อมูลที่ตรวจสอบได้” (คุณณปภัช อินทร์น้อย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2565)

“เมื่อต้องตรวจสอบข่าวปลอม สิ่งที่เราต้องทำอย่างแรกคือรีบโทรศัพท์เช็คแหล่งข่าว ยกหูเลย ซึ่งแหล่งข่าวเองก็อาจจะไม่ได้รับโทรศัพท์เราในทันทีทันใด แต่ว่าข่าวของเราก็ต้องนำเสนอ” (คุณกัญญา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

“สิ่งที่ต้องทำ ณ ขณะนั้นคือเราจะต้องไม่เช็กแหล่งข่าวเพียงแค่นั้นเดียว เรามีเครือข่ายสื่อมวลชนด้วยกัน อาจจะต้องถามเพื่อนร่วมวงการ ถามที่ถามคนที่มีความประสพการณ์ในด้านนั้น ๆ หรือต้องเช็กแหล่งข่าวอย่างรอบด้านในทุก ๆ วิธี ถ้าหนึ่งคนไม่รับก็ต้องโทรหาคนที่สอง ถ้าคนที่สองไม่รับ

ก็ต้องโทรหาคนที่สาม โทรไปเรื่อย ๆ หลากหลายทาง เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วก็ต้องใส่ชื่อแหล่งข่าวให้ชัดเจน โดยพี่จะไม่มีการใช้คำว่าแหล่งข่าวจาก ... พี่จะใส่ชื่อเต็มเลย เพราะคำว่าแหล่งข่าวจาก ... บางครั้งมันคือการเต้าข่าว เพราะแหล่งข่าวของเราทุกคนต้องมีตัวตน สามารถระบุแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจนใครเป็นคนให้ข้อมูลซึ่งจะต้องชัดเจนและกระฉ่างที่สุด” (คุณอภิชาติ สีดาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2564)

จากการศึกษาวิธีการคัดกรองข่าวปลอมของทางสื่อออนไลน์ กองบรรณาธิการต้องสามารถประเมินข่าวสารที่ได้รับมา รู้จักวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารอย่างระมัดระวัง แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นมีทักษะวิธีการตรวจสอบข้อมูล มีทักษะในการวิเคราะห์ข่าวสารเพื่อที่จะตรวจสอบและประเมินความน่าเชื่อถือของข่าว และสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นและการชี้นำ ไม่ใช้อคติในการรับข่าวสาร เพื่อที่จะไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี เพื่อกลั่นกรองข้อมูลที่นำเชื่อถือก่อนการนำเสนอ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1 ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น 2) ตรวจสอบหาต้นตอ แหล่งที่มาของข่าว 3) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ และ 4) สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

“เมื่อพูดถึงตรงนี้ การทำความเข้าใจเรื่องในสื่อโซเชียล และในรายการต่าง ๆ ทั้งในช่องหลัก หรือช่องยูทูปนั้นจะพบว่า การประกอบสร้างข่าวนั้นจึงไม่ได้มีแค่การพูดถึงหลักการเขียนข่าว แต่อาจจะเป็นเรื่องของ “การเล่าเรื่อง” หรือ “เล่าข่าว” นี้แหละครับ ดังนั้นรายการที่เป็นรายการให้ความเห็นปนไปกับการเล่าข่าวด้วย จึงเป็นพื้นที่ที่สำคัญที่จะแพร่กระจายข่าวเหล่านี้ได้มาก ไม่ว่าจะอยู่ในฝ่ายไหน หรือไม่อยู่ในฝ่ายไหนเลยก็ยิ่งต้องระวัง เพราะการไม่อยู่ฝ่ายไหนเลยไม่ได้หมายความว่าข้อมูลที่ไปเอามาเล่าในแต่ละข่าวนั้นจะมีความเป็นกลางและเที่ยงตรง เพราะข่าว ข้อมูลที่นำมาอาจจะแฝงมาด้วยความมุ่งหมายบางอย่างของผู้เขียนหรือแม้กระทั่งการเล่าโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม” (คุณสืบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

“ในวันนี้การเชื่อมโยงที่เป็นเท็จ รวมทั้งการล้อเลียนเสียดสีบางแบบ (เพราะคนบางคนอาจไม่รู้ว่าเป็นเรื่องล้อเลียนหรือไม่จริง) อาจจะมี

บทบาทสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะในเงื่อนไขของการพาดหัวข่าวที่จูงใจให้คนเข้าไปคลิกดู หรือเราอาจจะเรียกง่าย ๆ แบบบ้านเราว่ามันเบลอ ๆ คาบลูกคาบดอก ทำให้เราคิดไปในทางใดทางหนึ่ง เช่น ในการเล่าข่าวอาจจะบอกว่า ท่านผู้ชมไม่ต้องเชื่อผมก็ได้ แต่ผมรู้มาว่า หรือท่านผู้ชมลองเชื่อมโยงเอาเองก็จะเห็นได้ว่า การแอบอ้างบุคคลที่มีชื่อเสียงที่แชร์เรื่อง หรือที่เมืองไทยทำมากกว่านั้น เช่น การแอบอ้างตัวเอง อาทิ “รู้จักคนนี้ได้” หรือ “เป็นคนแรกที่...” จะทำให้เรื่องบางเรื่องน่าเชื่อถือขึ้นมาอย่างทันที ทีนี้ก็ต้องไปดูว่าเรื่องที่จะมีการเล่า นั้น มาจากข้อมูลที่ผิดทั้งหมด ผิดบางส่วนแต่นำมาประกอบสร้างให้คนรับสารเข้าใจไปเอง และการกระทำดังกล่าวนี้แฝงเจตนาร้ายมากน้อยแค่ไหน และไปกำหนดระดับการตัดแปลง หรือระดับการกุเรื่องขึ้นมา ภาพถ่ายบางภาพอาจจะจริง แต่เอามาใช้ในอีกเหตุการณ์หนึ่งทั้งที่จูงใจ หรือแชร์ตาม ๆ กันมา” (คุณเพ็ญภา เชมตรง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2564)

นอกจากนี้ การสอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรงข่าวเพื่อตรวจสอบการบิดเบือนข่าวสาร หรือมักจะเลือกข้างโดยนำเสนอข่าววิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบต่อฝ่ายที่ตนไม่ชอบ ในขณะที่ฝ่ายที่ตนสนับสนุนจะเสนอข่าวชื่นชมเกินจริง

“ถ้าในมุมการเมืองเลยนะข่าวปลอม คือ ข่าวอะไรก็ได้ที่พยายามจะโจมตีฝ่ายตรงข้ามจึงปลอมขึ้นมา ใส่ร้าย บ้ายสี หรือแม้กระทั่งข่าวที่เนียนอพวกเดียวกันเอง พวกพ้องกันเอง นี่ก็ถือว่าเป็นข่าวปลอม บางทีไม่ได้ทำคุณงามความดีเลิศเลอถึงขนาดนั้นแต่มันก็มีข่าวยกย่องออกมา นี่ก็เรียกว่า เป็นข่าวปลอมเหมือนกัน นี่แหละมันคือการใช้สังคมออนไลน์ หรือแม้กระทั่งสื่อในการเลือกพวกพ้องของตนเอง เลือกข้างเพื่อที่จะช่วงชิงมวลชนของแต่ละฝ่ายให้ได้” (คุณกัลยา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

“ที่เราเห็นข่าวออกมาทั้งการเลือกข้าง บิดเบือนข่าวสารสร้างข่าวลบให้กับฝั่งตรงข้ามอวยฝั่งตัวเองแล้วก็เขียนข่าวดี ๆ สนับสนุนตัวเองทั้งหมดทั้งหมดนี้ก็คือจูงใจที่จะให้ข่าวปลอมมันแพร่กระจายออกไปวัตถุประสงค์เพื่อที่จะใส่ร้ายฝ่ายตรงข้ามหรือแม้กระทั่งคู่แข่งทางธุรกิจ

เองก็มีให้เห็นอยู่บ่อย ๆ” (คุณสีบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

ตรวจสอบการแอบอ้างมีการแอบอ้างบุคคลแหล่งข้อมูลหรือแหล่งข่าวที่ไม่เป็นจริงหรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ มักสร้างรูปแบบให้เหมือนสำนักข่าวจริง ๆ หรือแอบอ้างชื่อสำนักข่าวชื่อดังเพื่อสร้างความสับสนให้ผู้อ่าน

“มันเริ่มจะรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ ตัวอย่างอย่างเช่น การปลอมเป็นสำนักข่าวปลอม เป็นข่าวสดปลอม เป็นสำนักข่าวเดลินิวส์ ที่อาจจะเขียนตัวหนังสือให้คล้ายกันแต่ไม่เหมือนกัน แล้วก็รายงานข่าวที่รุนแรงร้ายแรงมากแล้วคนก็เข้าใจว่าเป็นสำนักข่าวนั้นจริง ๆ ซึ่งถ้าคนที่ไม่ได้สังเกตหรือไม่ดูดี ๆ ก็ดูไม่ออกเลย ซึ่งตรงนี้ก็ต้องใช้วิจารณญาณในการตรวจสอบนั้นแหละที่ชัด ๆ เลย คือ การบิดเบือนเนื้อหาให้สมจริง ให้เหมือนจริง ทั้งภาพตัดต่อ คลิปวิดีโอรวมทั้งอ้างแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ แต่ก็คืออ้างขึ้นมาแบบมโนขึ้นมาเอง ทุกอย่างเขียนขึ้นมาเองหมด อ่างนักวิชาการ อ่างคนมีชื่อเสียง บางครั้งคนที่ถูกอ้างถึงก็ไม่รู้ด้วยซ้ำ จงใจที่จะให้ข่าวมันแพร่กระจายออกไปเพื่อหลอกลวงโดยที่มีจุดมุ่งหมายอะไร หนึ่ง สอง สาม สี่ ห้า แต่ว่าท้ายที่สุดแล้วคือถ้าเค้าไม่ได้ประโยชน์เค้าก็คงไม่สร้างขึ้นมามีเค้าก็ต้องได้ประโยชน์จากทางใดทางหนึ่งกับข่าวปลอมที่ผลิตออกมา” (คุณสีบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

“ข่าวปลอมในมุมมองของกองบรรณาธิการ ทั้งผู้จัดการฝ่ายข่าว บรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว จะเห็นได้ว่าความหมายของคำว่าข่าวปลอมประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ คือ 1) ข่าวที่มีเนื้อหาเป็นเท็จ 2) ข่าวที่มีการโฆษณาชวนเชื่อ 3) ข่าวที่น่าเสนอเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และ 4) ข่าวที่มีการแอบอ้าง (คุณกัลยา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

## 4.2 การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

### 1. เลือกประเด็นที่กำลังเป็นกระแสทางสังคม

การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอมโดยพิจารณาจากจำนวนของการมีส่วนร่วมที่มีต่อเนื้อหา และกระแสความสนใจในโลกออนไลน์สื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งระบุว่าค้นหาเนื้อหาและคัดเลือกข่าวผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยสื่อออนไลน์คัดเลือกประเด็นข่าวจากเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (instagram) แอปพลิเคชัน (Application) ไลน์ (Line) ยูทูบ (Youtube) ไวรัล (Viral) สื่อออนไลน์ทั้งหมด หรือแม้กระทั่งกระแสสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ที่คัดเลือกจากเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บไซต์ข่าวด้วยตัวเอง สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล และกูเกิลเทรนด์ (Google Trend) จะคัดเลือกจาก เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ ส่วนเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ในประเด็นใดจะถูกนำเสนอในสื่อแต่ละแห่ง พบว่า องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่ง จะพิจารณาจากจำนวนการมีส่วนร่วมของผู้ใช้สื่อออนไลน์ที่มีต่อเนื้อหานั้น ๆ ได้แก่ ยอดกดไลค์ กดแชร์ การแสดงความคิดเห็น รวมถึงการติดตามดูกระแสความสนใจของคนในโลกออนไลน์จากกูเกิลเทรนด์

“การได้มาของประเด็นข่าวต่าง ๆ จากสื่อออนไลน์ จะเลือกจากยอดกดไลค์ กดแชร์ ที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์ให้ความสนใจเป็นหลักจำนวนยอดกดไลค์ กดแชร์จำนวนมาก มีส่วนสำคัญในการพิจารณานำประเด็นนั้นมาเสนอเป็นข่าว” (คุณกัลยา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

“สิ่งที่คุณมีการเข้าถึงมากกว่า 80% ทำให้เลือกนำมาเสนอ และยอมรับว่าในปัจจุบันยอดกดไลค์ กดแชร์ก็มีผลต่อการเลือกข่าว และ ในสื่อสังคม ผู้คนสามารถโพสต์ข้อความ นำเสนอภาพคลิปใครลงไปก็ได้ สื่อมวลชนจึงเห็นประเด็นข่าวมากมายที่คุณสนใจจึงเลือกหยิบประเด็นนั้นมานำเสนอ ความสนใจของคุณต่อสื่อสังคมเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจเลือกนำมาเสนอ แต่สื่อมวลชนต้องคัดกรองไม่ใช่เชื่อทุกอย่างที่สื่อสังคมบอก” (คุณสิบพงศ์ อนุรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)



การตอบสนองของผู้รับสารต่อสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยเฉพาะคำค้นหาในกูเกิลแอนะลิติกส์ (Google Analytics) คำสำคัญในกูเกิล เทรนด์ (Google Trend) ที่ผู้คนค้นหามากที่สุดเป็นส่วนให้ผู้ปฏิบัติงานพิจารณาเลือกมานำเสนอ

“การเลือกข่าวแต่ละข่าวจะดูจากการตอบสนองของผู้รับสาร และยอดที่วิ่งจากกูเกิลแอนะลิติกส์ (Google Analytics) คำสำคัญในกูเกิล เทรนด์ (Google Trend) เพราะสิ่งเหล่านั้นแสดงให้เห็นว่าผู้คนอยากรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องอะไรมากที่สุด” (คุณกัลยา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

## 2. รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร

โดยพิจารณาถึงหลักกฎหมายและจริยธรรมจากการสัมภาษณ์องค์กรสื่อมวลชน พบว่าไทยรัฐทีวี และเดลินิวส์ออนไลน์ จะให้ความสำคัญกับเรื่องข้อกฎหมาย ศีลธรรม ซึ่งแต่ละข่าวที่เลือกหยิบประเด็นมานำเสนอจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชน และสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น โดยการได้มาของข่าวแต่ละข่าวไทยรัฐทีวีจะพิจารณาคัดเลือกจากหลักกฎหมาย ศีลธรรม ก่อนจะเลือกหยิบประเด็นข่าวนั้น ๆ มานำเสนอ เนื่องด้วยข้อกำหนดของการเป็นสมาชิกในสมาคมผู้ผลิตสื่อออนไลน์การทำงานจึงมีสิ่งที่จะต้องคำนึงหลายส่วนเป็นองค์ประกอบ

“สิ่งสำคัญที่ไทยรัฐออนไลน์ จะคำนึงถึงมากที่สุด คือ ลิขสิทธิ์ กฎหมาย และระเบียบข้อบังคับของสมาคมสื่อ สื่อที่เข้าเป็นสมาชิก โดยจะยึดเอาข้อบังคับระเบียบทั้งมาใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ผลิตข่าวสู่สาธารณะ” (คุณอภิชาติ สีตาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

การเลือกประเด็นข่าวนอกเหนือจากความสนใจของบุคคลและสิ่งใกล้ตัวที่เกิดขึ้นแล้ว สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงอีกอย่างคือประเด็นข่าวที่เลือกจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชนและสิทธิเสรีภาพ

“ประเด็นใดก็ตามที่เลือกมานำเสนอ จะต้องไม่กระทบต่อ ความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชน และสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น เมื่อคัดเลือกประเด็นข่าวจากเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ได้แล้วองค์กรสื่อมวลชนทุกแห่ง ระบุว่า กระบวนการทำงานต่อจากนั้นคือผู้สื่อข่าวหรือผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ จะเสนอประเด็นนั้นผ่านไปยังหัวหน้าโต๊ะ และกองบรรณาธิการข่าว เพื่อกำหนดวิเคราะห์ประเด็นว่าจะนำมาผลิต

นำเสนอเป็นข่าวหรือไม่ หรือควรแตกประเด็นการตรวจสอบเพื่อให้เกิดความถูกต้องของข้อมูลต่อไปอย่างไร” (คุณสืบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์ เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

ผู้สื่อข่าว หรือ ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบจะคิดและเสนอประเด็นข่าวไปตามลำดับ ตั้งแต่หัวหน้าโต๊ะ บรรณาธิการข่าว กองบรรณาธิการข่าว เพื่อกำหนดประเด็นข่าว หรือแตกประเด็น ว่าต้องตรวจสอบข้อเท็จจริงใดเพื่อให้ข่าวมีความถูกต้องก่อนนำเสนอข่าว

“นักข่าว หรือผู้รับผิดชอบ จะคิดและเสนอประเด็นตามลำดับขั้นตอนของกองบรรณาธิการข่าวว่าจะพิจารณานำเสนอเป็นข่าวต่อหรือไม่ หรือต้องแตกประเด็น ตรวจสอบอะไรอีกบ้าง เมื่อผู้สื่อข่าวได้ประเด็นข่าวที่น่าสนใจจะส่งเข้ามายังกองบรรณาธิการข่าว รีไรท์เตอร์ (Re-Writer) กับผู้ช่วยหัวหน้าข่าว จะทำหน้าที่เรียบเรียงประเด็นข่าวให้ข้อมูลครบถ้วนรอบด้านถูกต้องตามข้อเท็จจริง ก่อนเสนอหัวหน้าข่าวพิจารณาประเด็น เมื่อรับข่าวจากผู้สื่อข่าว รีไรท์เตอร์ (Re-Writer) กับหัวหน้าข่าว จะทำการเรียบเรียงข้อมูลให้ครบถ้วนรอบด้าน ก่อนส่งให้หัวหน้าข่าวพิจารณา” (คุณอภิชาติ สีตาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

เมื่อผู้สื่อข่าว รีไรท์เตอร์ (Re-Writer) หรือบรรณาธิการข่าว ได้ประเด็นจากสื่อออนไลน์ ต้องนำเสนอประเด็นเข้าที่ประชุมกองบรรณาธิการข่าว เพื่อคัดกรองประเด็นที่น่าสนใจก่อนนำเสนอ หรือส่งผู้สื่อข่าวลงไปในพื้นที่เพื่อหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติมส่วนที่ผู้สื่อข่าว รีไรท์เตอร์ (Re-Writer) หรือบรรณาธิการข่าว ต้องนำเสนอประเด็นที่ได้ในการประชุมแต่ละวัน เพื่อกำหนดคัดกรองประเด็นที่น่าสนใจ

“เมื่อสื่อมวลชนเห็นประเด็นข่าวที่น่าสนใจ จะสอบถามโดยตรงจากหัวหน้าโต๊ะ เพื่อใช้ดุลยพินิจพิจารณาเนื้อหาความถูกต้อง สามารถนำเสนอข่าวสู่สาธารณะได้หรือไม่” (คุณสืบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

### 3. การตรวจสอบข่าวลวง

การตรวจสอบข่าวลวงหรือการพิสูจน์ความถูกต้องของเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ (user-generated content) ก่อนนำเสนอสู่สาธารณะของผู้ให้สัมภาษณ์จากองค์กร

สื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งพบว่า มีวิธีการตรวจสอบความถูกต้องที่คล้ายคลึงกัน และมีปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดที่สำคัญ คือ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต้นทางมีความยากลำบาก ประกอบกับขั้นตอนระยะเวลาที่จะต้องนำเสนอที่เร่งรีบ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) การตรวจสอบกลับไปยังต้นทางของแหล่งสารนั้นเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงมากที่สุด
- 2) การสอบถามไปยังนักวิชาการ ผู้รู้ ผู้เกี่ยวข้องช่วยให้ข้อมูล
- 3) การเทียบเคียงจากสื่อด้วยตนเอง
- 4) การเทียบเคียงจากแฟนเพจที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก
- 5) เปิดรับข้อมูลจากแฟนเพจของตนเองที่จะช่วยตรวจสอบ และการแจ้งเตือนเข้ามา
- 6) การมีบรรณาธิการข่าวหรือหัวหน้าโต๊ะเป็นผู้ตรวจสอบ

ประเด็นข่าวที่ผู้คนเข้าถึงจำนวนมาก มีการตอบโต้โดยการแสดงความคิดเห็น การเข้าถึงเข้าชมข้อมูลต่าง ๆ เป็นจำนวนมากและยอดกดไลค์ กดแชร์ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นำเสนอข่าวที่หลากหลายแง่มุม

“โดยหลักการแล้ว สิ่งที่จะช่วยให้เรามีชีวิตในโลกที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารที่ผิดปกตินั้น ไม่น่าจะเป็นเรื่องของการเรียกร้องหาสังคมอุดมคติ และสื่อในอุดมคติแบบเดิม คือ สื่อที่ผลิตข่าวที่ถูกต้องน่าเชื่อถือทั้งหมด เพราะเอาเข้าจริงในสถานการณ์จริงมุมมองย่อมมีหลายมุม แต่ผมกลับคิดว่า เราควรเรียกร้องหาสังคมที่เปิดกว้างเพียงพอที่จะทำให้เรามีข้อมูลที่หลากหลาย มีข่าวที่หลากหลาย แต่ในขณะเดียวกันก็รณรงค์ผลักดันให้คนเห็นว่าความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร คือ สิ่งที่เราจะอยู่ร่วมกับมันได้ หากเราพอจะแยกแยะองค์ประกอบเหล่านั้นได้ และมาคุยกันว่าอันไหนที่มันมากเกินไป เสียหายเกินไปที่จะฟ้องร้องดำเนินคดีกันไป เพราะในสังคมก็มีกรอบกฎหมายที่จะช่วยเราในเรื่องนี้อยู่ หรือในบางเรื่องก็เป็นเรื่องที่เปิดโปงและหักล้างได้” (คุณอภิชาติ สีตาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

“โดยภาพรวมนั้นเราคงต้องทำความเข้าใจกระบวนการสามส่วนของการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (ขอใช้ภาษาง่ายๆ) นั่นก็คือ การสร้าง

(Creation) การผลิต (Production) การเผยแพร่ (Distribution) และการเผยแพร่ซ้ำไปเรื่อยๆ หรือที่เรียกว่าผลิตซ้ำ (Reproduction) จากนั้นก็ทำความเข้าใจถึงองค์ประกอบสามประการของความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ผู้กระทำการ (Agent) ตัวสาร หรือข้อความ (Message) และผู้รับสารที่ทำหน้าที่ตีความสิ่งที่รับมา (Interpreter)” คุณณภัช อินทร์น้อย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2565)

“ในแง่ของผู้กระทำการ หรือผู้สร้างข่าวหรือข้อมูลนั้น เราต้องเข้าใจว่าคนที่ทำข่าว หรือเผยแพร่ข้อมูลนั้น เป็นคนกลุ่มไหน หรือองค์กรไหน มีความเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ (ส่งงานพร้อมผลงาน ใบเสร็จ หรือทำเฉย ๆ) มีความเป็นเครือข่ายจริงจังไหม หรือทำคนเดียว แรงจูงใจในการผลิตข้อมูลที่ผิดปกติแต่ละแบบนี้เป็นไป เพราะเรื่องการว่าจ้างด้วยเงิน เหตุผลทางการเมือง ชนชั้น หรือจิตวิทยา มีการใช้คนจริง ๆ ทำหรือใช้โปรแกรม แล้วพุ่งเป้าไปที่ใคร เช่น กลุ่มของตัวเอง กลุ่มเป้าหมาย หรือภาพรวม อีกทั้งมีเจตนาในการทำร้ายให้ร้ายไหม หรือแค่ระดับให้เข้าใจผิดส่วนในแง่ของข้อมูลข่าวสารที่ผิดปกติ นั้น มีลักษณะที่ทำอย่างเป็นระบบใหม่ ส่งมาในระยะสั้น ๆ หรือทำมานาน หรือทำตามโอกาส ข้อมูลนั้นแค่เป็นข้อมูลจริงแต่ทำให้เข้าใจผิด ดัดแปลงบางส่วน หรือแต่งขึ้นเลย ข้อมูลเหล่านี้ผิดหรือถูกกฎหมาย หรือกำกวม มีการแอบอ้างไหม แอบอ้างใคร แอบอ้างอย่างไร และเป้าหมายของสารข้อมูลนี้จะส่งให้ใครสักคน หรือกลุ่มคนเฉพาะ องค์กร หรือสังคมโดยรวม” (คุณอภิชาติ สีดาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

#### 4. กระบวนการตัดสินใจ

รูปแบบการบริหารจัดการยังต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ด้วยวิชาชีพสื่อเป็นวิชาชีพที่อยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ (Trust) ที่สาธารณชนมีต่อผู้ประกอบวิชาชีพสื่อและองค์กรสื่อ ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบวิชาชีพสื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมจึงย่อมต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณะ แต่ในสถานการณ์ที่เป็นจริงมักพบว่าการทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมักต้องเผชิญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรม

การตรวจสอบข่าวแต่ละข่าวที่ได้มา ผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงแหล่งต้นทาง สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือสังเกตข้อมูลความน่าจะเป็นจากการแสดงความคิดเห็น ได้โพสต์ การกดไลค์ กดแชร์ และการสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวนั้น

รวมถึงสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่ตรวจสอบคัดกรองให้ได้ข้อมูลข้อเท็จจริง โดยจะต้องสืบค้นให้ถึงแหล่งต้นทางมากที่สุด มีการจัดตั้งทีมตรวจสอบเพื่อเฝ้าระวังความถูกต้องของข้อเท็จจริง โดยที่การตรวจสอบประเด็นข่าว จะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงต้นทางมากที่สุด เพื่อสอบถามเรื่องราวทั้งหมด ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เนื่องจากพบว่าหลายครั้งคลิปที่ถูกนำมาเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ ไม่ได้มาจากแหล่งต้นทาง แต่มาจากแฟนเพจต่าง ๆ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเป็นผู้นำเสนอ

“สื่อมวลชนต้องทำหน้าที่ตรวจสอบคัดกรองให้ได้ข้อมูลข้อเท็จจริง โดยจะต้องสืบค้นให้ถึงแหล่งต้นทางมากที่สุด เพื่อเฝ้าระวังความถูกต้องของข้อเท็จจริง โดยที่การตรวจสอบประเด็นข่าว จะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงต้นทางมากที่สุด เพื่อสอบถามเรื่องราวทั้งหมด ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เนื่องจากพบว่าหลายครั้งคลิปที่ถูกนำมาเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ไม่ได้มาจากแหล่งต้นทาง แต่มาจากแฟนเพจต่าง ๆ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเป็นผู้นำเสนอ” (คุณเพ็ญภา เชมตรง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2564)

หากผู้สื่อข่าวไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลประเด็นที่น่าสนใจได้ ก็เลือกที่จะนำเสนอ แต่ต้องดูเบื้องต้นแล้วมั่นใจว่าไม่ใช่ข้อมูลเท็จจากนั้นค่อยมาลงข้อมูลที่ตรวจสอบเพิ่มเติมเข้าไป

“เช็กไม่ได้ก็เล่น แต่ต้องไม่ใช่ข้อมูลเท็จ จากนั้นค่อยมาเติมข้อมูลที่เช็กเพิ่มเติมเข้าไป กรณีที่ไม่สามารถติดต่อต้นทางได้ เลือกที่จะนำเสนอข้อมูลที่ปรากฏ ขณะนั้นโดยกำกับชัดเจนว่า เหตุการณ์เกิดขึ้น ณ ที่ไหน เวลาใด และ จะทำการเทียบเคียงกับสื่อด้วยตนเอง หรือ สอบถามไปยังผู้รู้ ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนั้น ๆ” (คุณณปภัช อินทร์น้อย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2565)

“ขณะที่ในบางครั้ง พบว่า แฟนเพจของไทยรัฐ เป็นคนส่งข้อมูลว่า ประเด็นข่าวที่กำลังได้รับความสนใจนั้นเข้ามาว่าประเด็นที่เกิดขึ้นเป็นข้อมูลเท็จการเช็กต้นทางไม่ได้ต้องดูหลายปัจจัยเป็นส่วนประกอบ และ

ขึ้นอยู่กับบางกรณี ซึ่งบางครั้งก็มีการนำเสนอไปเพียงข้อเท็จจริงที่ปรากฏ  
ขณะนั้น” (คุณอภิชาติ สีดาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

#### 5. ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการตรวจสอบข่าวลวง

ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการตรวจสอบข่าวลวงในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลจาก  
องค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งพบข้อมูลที่น่าสนใจ 3 ประเด็น คือ 1) ความ  
ยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของเนื้อหาจากสื่อออนไลน์ 2) ความเร็วที่กดดันทำให้ต้องเร่งรีบ  
นำเสนอ และ 3) การขาดประสบการณ์และความสามารถในการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร โดยปัญหา  
และอุปสรรคสำคัญของการตรวจสอบข่าวลวงในปัจจุบันมาจากหลายปัจจัย ทั้งความยากลำบากใน  
การเข้าถึงแหล่งต้นทางของสาร มิติด้านความเร็วที่กดดันกระบวนการทำงานให้เกิดความเร่งรีบจน  
เกิดข้อผิดพลาดขึ้น

ประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การ  
ตรวจสอบรอบครอบ รอบด้าน และไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาตามมา โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของเนื้อหาจากสื่อออนไลน์

“การตรวจสอบบางครั้งการที่สื่อมวลชนไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลต้น  
ทางจริง ๆ ได้ 100 % ไทยรัฐจึงเลือกที่จะนำเสนอข่าวที่ปรากฏ ณ  
ขณะนั้นโดยกำกับข้อมูลไว้ว่า ที่ไหน ณ เวลาใด และใครเป็นโพสต์ข้อมูล  
ดังกล่าว” (คุณอภิชาติ สีดาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)

“อุปสรรคในการตรวจสอบข่าวลวงในสื่อออนไลน์ ความยากของการ  
ทำงานอยู่ที่การเข้าถึงต้นทางแหล่งข้อมูลจริง ๆ ที่ไม่สามารถติดต่อ  
อุปสรรคหลัก ๆ ของเดลินิวส์อยู่ที่การเข้าถึงต้นทางของแหล่งข่าวที่ยังไม่  
ครอบคลุม เนื่องจากลักษณะการทำงานของเดลินิวส์ จะรับข่าวมาจาก  
ผู้สื่อข่าว จึงเชื่อมั่นในตัวผู้สื่อข่าว แต่บางครั้งก็พบว่า แหล่งข่าวบางที่ไม่มี  
ความน่าเชื่อถือเพราะข่าวที่รับมาไม่ตรงกับข้อมูลอันเป็นจริง” (คุณสีบ  
พงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2564)

“การเข้าถึงแหล่งต้นทางได้อย่างรวดเร็ว ยังเป็นปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไข  
ได้ ซึ่งปัญหาหลัก ๆ ของการได้มาของประเด็นข่าวแต่ละข่าวคือ การ  
ตรวจสอบแหล่งต้นทางที่อยู่บนสื่อออนไลน์ได้ยากลำบาก และไม่ทราบ

ตัวตน ขณะเดียวกันผู้โพสต์ข้อมูลก็ไม่ตอบสนองต่อข้อซักถามที่ส่งไป  
องค์กรสื่อมวลชนทั่วไปสอบถามแต่บางครั้งแหล่งข่าวไม่ตอบข้อมูล”  
(คุณณภัช อินทร์น้อย, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 มกราคม 2565)

การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต้นทางยากลำบาก เพราะบางครั้งติดต่อส่วนตัวโดยตรงอาจจะ  
ไม่ได้ข้อมูล ประกอบในปัจจุบันช่องทางสื่อมีมากมายจนบางครั้งสื่อมวลชน ก็ตรวจสอบให้ไม่  
ครบถ้วน และมีบางครั้งที่ตกเป็นเหยื่อเอง

“ปัจจุบันใคร ๆ ก็เป็นสื่อได้ มีหลากหลายช่องทางให้เลือก สื่อมวลชนจึง  
ไม่สามารถตรวจสอบไปยังแหล่งสารต้นทาง และคัดกรองตรวจสอบได้ไม่  
ทั่วถึง” (คุณเพ็ญญา เข้มตรง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 23 ธันวาคม 2564)

## 2. ความเร็วกดดันให้ต้องเร่งรีบนำเสนอ

ความกดดันในการแข่งขันของธุรกิจสื่อที่จะต้องแข่งกับเวลาเพื่อแย่งพื้นที่ข่าวทำให้การ  
ตรวจสอบบางครั้งไม่สามารถทำได้อย่างครบถ้วน การแข่งขันของสื่อปัจจุบันมีสูง เพราะต้องแข่งกับ  
เวลา อีกทั้งจำนวนสื่อและช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้นก็ถือเป็นอุปสรรค

ความเร็ว ถือเป็นอิทธิพลต่อกระบวนการทำงาน จึงทำให้สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับเวลา  
รีบเร่งหยิบจับประเด็นมานำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม จนขาดความรอบครอบ ขาดการ  
ตรวจสอบเชิงลึก สื่อมวลชนในปัจจุบันไม่ค่อยคัดกรองข้อมูลเหมือนสมัยก่อน เพราะปัญหาด้านการ  
แข่งขันของสื่อ ความรวดเร็วจึงเข้ามาเป็นปัจจัยที่กดดัน ในการนำเสนอจนทำให้เกิดข้อผิดพลาด  
บ่อยครั้ง

“ทุกวันนี้ในแต่ละวันมีข่าวสารไหลเวียนเข้ามามากมาย สื่อออนไลน์ที่  
ทำงานแข่งกับเวลาที่ต้องนำเสนออย่างรวดเร็ว ให้ข่าวของเราได้ถูกนำเสนอ  
ก่อนสำนักข่าวอื่นๆ” (คุณสืบพงศ์ อุณรัตน์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17  
ธันวาคม 2564)

## 3. การขาดประสบการณ์และความสามารถในการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร

การขาดประสบการณ์ทำงาน วุฒิภาวะของผู้สื่อข่าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการ  
ตรวจสอบข่าวลวง เพราะบางครั้งไม่สามารถวิเคราะห์เหตุ หรือตัดสินใจเองได้

“ประเด็นที่จะรู้ได้อย่างไรว่าข่าวนั้นเป็นข่าวลวง ก็ขึ้นอยู่กับ  
การตรวจสอบและประสบการณ์ในการทำงาน เพราะเรื่องนี้ไม่สามารถสอน

ได้ การขาดประสบการณ์ของผู้ปฏิบัติงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การตรวจสอบมีข้อผิดพลาด เด็กใหม่ที่เพิ่งเข้ามาในสายสื่อยังไม่แข็งแรงมากพอในกระบวนการตรวจสอบข่าวการตัดสินใจ ว่าประเด็นข่าวนั้นนำเสนอได้หรือไม่ (คุณกัลยา ยืนยง, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2565)

แนวทางในการแก้ไขภายหลังเผยแพร่ข่าวลวงขององค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งโดยมีซึ่งได้ระบุแนวทางที่ใช้ในการแก้ไขที่ตรงกัน คือ การนำเสนอข้อมูลใหม่ที่ต้องการเพื่อแก้ไขข่าวเดิม แม้ไม่เคยนำเสนอข่าวลวง แต่ก็มีวิธีการแก้ไขข้อผิดพลาด

“เปิดเพจคนมีเพศสัมพันธ์กับสุนัข แต่เมื่อนำเสนอไปแล้วกับพบว่าไม่ใช่ข้อเท็จจริง จนถูกสังคมวิพากษ์วิจารณ์เรื่องความน่าเชื่อถือ ซึ่งหลังจากทราบข้อเท็จจริงแล้ว ไทยรัฐออนไลน์ได้ยอมรับข้อผิดพลาดนั้นและกล่าวขอโทษ ไปพร้อม ๆ กับการลบข้อมูลออกจากระบบ แล้วทำการตรวจสอบข้อเท็จจริงทั้งหมดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ก่อนจะนำเสนอข้อมูลข่าว ความคืบหน้าล่าสุดเพิ่มเติม ว่าแฟนเพจดังกล่าวที่มีการนำเสนอไปก่อนหน้านี้ ไม่ใช่เพจจริงแต่เป็นการสร้างขึ้นมาจากกลุ่มคนที่มุ่งหวังทดสอบการตรวจสอบและการคัดกรองข่าวของสื่อมวลชน โดยการนำเสนอข่าวเพิ่มเติม นั้น จะไม่นำลิงก์ข่าวลวงที่เป็นประเด็น มาใส่ในข้อมูลข่าวที่มีการอัปเดตใหม่ เพราะทำให้เป็นการเผยแพร่ข่าวลวงไปอีก ส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงความน่าเชื่อถือขององค์กร” (คุณอภิชาติ สีดาพล, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2564)



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)” โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ผู้วิจัยสามารถสรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 การบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

หน้าที่ของสื่อมวลชนไม่เพียงแต่เลือกสรรเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มานำเสนอแต่ยังต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ซึ่งก็คือผู้คัดกรองข่าวสาร ตรวจสอบความถูกต้อง และตรวจสอบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ก่อนที่จะนำเสนอไปสู่ผู้ชม

วิธีการคัดกรองข่าวปลอมของทางสื่อออนไลน์ กองบรรณาธิการต้องสามารถประเมินข่าวสารที่ได้รับมา รู้จักวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารอย่างระมัดระวัง แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นมีทักษะวิธีการตรวจสอบข้อมูล มีทักษะในการวิเคราะห์ข่าวสารเพื่อที่จะตรวจสอบและประเมินความน่าเชื่อถือของข่าว และสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นและการชี้แนะไม่ใช่อคติในการรับข่าวสาร เพื่อที่จะไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี เพื่อกลั่นกรองข้อมูลที่นำเชื่อถือก่อนการนำเสนอ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น 2) ตรวจสอบหาต้นตอ แหล่งที่มาของข่าว 3) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ และ 4) สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

##### 5.1.1.1 ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น

ขั้นตอนการตรวจสอบจะตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นว่ามีแหล่งข่าวอื่นที่มีเนื้อหาข่าวในลักษณะเดียวกันหรือไม่ แหล่งข่าวมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอข่าวหรือไม่ การเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์บนโลกโซเชียลมีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอม บางครั้งไม่สามารถแยกแยะได้มากนัก จึงขอแนะนำทุกท่านให้รู้จักสังเกตข่าวด้วยตัวเองได้อย่างไรบ้าง ต้องตั้งคำถามเสมอที่จะไม่แชร์อะไรที่ไม่ตั้งคำถาม หรือคิดก่อนว่าสิ่งนี้เป็นจริงหรือไม่

### 5.1.1.2 ตรวจสอบหาต้นตอแหล่งที่มาของข่าว

การตรวจสอบหาต้นตอของข่าว บางครั้งข่าวปลอมอาจเป็นข่าวเก่าที่เคยเกิดขึ้นหรือข้อมูลจากข่าวเก่ามาเล่าใหม่อีกครั้ง เพื่อให้เกิดความแตกตื่นหรือเพื่อประโยชน์แอบแฝง

### 5.1.1.3 ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ

ตรวจสอบแหล่งข่าวอื่น ๆ ประกอบ เช่น หน่วยราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าวนั้น ๆ เพื่อยืนยันว่ามีเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริง เช่น ถ้าเรื่องโรคระบาดก็ตรวจสอบไปที่กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หรือโรงพยาบาล และอื่นๆ สามารถได้จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ดังนี้

1. อย่าหลงเชื่อหัวข่าวนั้น ข่าวปลอมมักมีข้อความพาดหัวที่สะดุดตา หากหัวข่าวนั้นฟังดูหวือหวาและไม่น่าเป็นไปได้ ข่าวนั้นก็น่าจะเป็นข่าวปลอม
2. พิจารณาลิงก์อย่างถี่ถ้วน ลิงก์ปลอมหรือลิงก์ที่ดูคล้ายลิงก์จริง อาจเป็นสัญญาณเตือนของข่าวปลอม เว็บไซต์ข่าวปลอมจำนวนมากปรับเปลี่ยนลิงก์เล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อเลียนแบบแหล่งข่าวจริง คุณสามารถไปที่เว็บไซต์และเปรียบเทียบลิงก์นั้นกับลิงก์ของแหล่งข่าวที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือได้
3. ตรวจสอบแหล่งข่าว ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรื่องราวที่เขียนขึ้นโดยแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือและมีชื่อเสียงด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หากเรื่องราวที่มาจากแหล่งข่าวที่คุณไม่รู้จัก ให้ตรวจสอบส่วนที่เกี่ยวข้องกับเพจแหล่งข่าวนั้นเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม
4. สังเกตสิ่งผิดปกติ เว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่งมักสะกดคำผิดหรือมีการจัดวางรูปแบบที่ดูไม่เป็นมืออาชีพ หากคุณเห็นลักษณะเหล่านี้ควรอ่านข่าวอย่างระมัดระวัง
5. พิจารณารูปภาพ ข่าวปลอมมักมีรูปภาพหรือวิดีโอที่ถูกบิดเบือน บางครั้งรูปภาพอาจเป็นรูปจริงแต่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของเรื่องราว คุณสามารถค้นหาภาพนั้นเพื่อตรวจสอบยืนยันแหล่งที่มาของรูปภาพได้
6. ตรวจสอบวันที่ ข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุสมผลหรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์
7. ตรวจสอบหลักฐาน ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าแหล่งข้อมูลนั้นถูกต้อง ข่าวที่ไม่มีหลักฐานหรืออ้างอิงผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ระบุชื่ออาจชี้ให้เห็นว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม
8. เปรียบเทียบข่าวจากแหล่งอื่น ๆ หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นที่รายงานเรื่องเดียวกัน ก็อาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม ถ้าข่าวนั้นมีการรายงานจากหลายแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือก็เป็นไปได้ว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวจริง

9. ข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่ บางครั้งเราก็แยกข่าวปลอมออกจากมุกตลก หรือข่าวเสียดสีได้ยาก ตรวจสอบดูว่าเรื่องนั้นมาจากแหล่งที่มาที่ขึ้นชื่อเรื่องล้อเลียนและเสียดสีข่าวหรือไม่ และพิจารณาว่ารายละเอียด ตลอดจนน้ำเสียงในการเล่าเรื่องฟังดูเป็นไปเพื่อความสุขสนุกสนานหรือไม่

นอกจากนี้การตรวจสอบข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมจากแหล่งข่าวต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีจำนวนมาก เมื่อได้ข้อมูลมาแล้ว ก็จะมีการดำเนินการกับข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การแยกประเภท การจัดชั้น การสังเขป การหาข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลการพิจารณาหาว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มีความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นหรือไม่อย่างไร

#### 5.1.1.4 สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

ควรสอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้น ๆ โดยตรง หรือหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ นอกจากนี้ การสอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรงข่าวเพื่อตรวจสอบการบิดเบือนข่าวสาร หรือมักจะเลือกข้างโดยนำเสนอข่าววิพากษ์วิจารณ์ในแง่ลบต่อฝ่ายที่ตนไม่ชอบ ในขณะที่ฝ่ายที่ตนสนับสนุนจะเสนอข่าวชื่นชมเกินจริง และตรวจสอบการแอบอ้างมีการแอบอ้างบุคคลแหล่งข้อมูลหรือแหล่งข่าวที่ไม่เป็นจริงหรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ มักสร้างรูปแบบให้เหมือนสำนักข่าวจริง ๆ หรือแอบอ้างชื่อสำนักข่าวชื่อดังเพื่อสร้างความสับสนให้ผู้อ่าน

### 5.1.2 การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

#### 5.1.2.1. เลือกประเด็นที่กำลังเป็นกระแสทางสังคม

การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอมโดยพิจารณาจากจำนวนของการมีส่วนร่วมที่มีต่อเนื้อหา และกระแสความสนใจในโลกออนไลน์สื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งระบุว่าค้นหาเนื้อหาและคัดเลือกข่าวผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยสื่อออนไลน์คัดเลือกประเด็นข่าวจากเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (instagram) แอปพลิเคชัน (Application) ไลน์ (Line) ยูทูบ (Youtube) ไวรัล (Viral) สื่อออนไลน์ทั้งหมด หรือแม้กระทั่งกระแสสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ที่คัดเลือกจากเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บไซต์ข่าวด้วยตัวเอง สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล และกูเกิลเทรนด์ (Google Trend) จะคัดเลือกจาก เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ ส่วนเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ในประเด็นใดจะถูกนำเสนอในสื่อแต่ละแห่ง พบว่า องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่ง จะ

พิจารณาจากจำนวนการมีส่วนร่วมของผู้ใช้สื่อออนไลน์ที่มีต่อเนื้อหานั้น ๆ ได้แก่ ยอดกดไลค์ กดแชร์ การแสดงความคิดเห็น รวมถึงการติดตามดูกระแสความสนใจของคนในโลกออนไลน์จากกูเกิลเทรนด์

#### 5.1.2.2. รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร

โดยพิจารณาถึงหลักกฎหมายและจริยธรรมจากการสัมภาษณ์องค์กรสื่อมวลชน พบว่า ไทยรัฐทีวี และเดลินิวส์ออนไลน์ จะให้ความสำคัญกับเรื่องข้อกฎหมาย ศีลธรรม ซึ่งแต่ละข่าวที่เลือกหยิบประเด็นมานำเสนอจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชน และสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น โดยการได้มาของข่าวแต่ละข่าวไทยรัฐทีวีจะพิจารณาคัดเลือกจากหลักกฎหมาย ศีลธรรม ก่อนจะเลือกหยิบประเด็นข่าวนั้น ๆ มานำเสนอ เนื่องด้วยข้อกำหนดของการเป็นสมาชิกในสมาคมผู้ผลิตสื่อออนไลน์การทำงานจึงมีสิ่งที่จะต้องคำนึงหลายส่วนเป็นองค์ประกอบ

ส่วนการเลือกประเด็นข่าวนอกเหนือจากความสนใจของบุคคลและสิ่งใกล้ตัวที่เกิดขึ้นแล้ว สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงอีกอย่างคือประเด็นข่าวที่เลือกจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น ทั้งความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชนและสิทธิเสรีภาพ

เมื่อผู้สื่อข่าว รีไรท์เตอร์ (Re-Writer) หรือบรรณาธิการข่าว ได้ประเด็นจากสื่อออนไลน์ต้องนำเสนอประเด็นเข้าที่ประชุมกองบรรณาธิการข่าว เพื่อคัดกรองประเด็นที่น่าสนใจก่อนนำเสนอ หรือส่งผู้สื่อข่าวลงไปในพื้นที่เพื่อหาข้อเท็จจริงเพิ่มเติมส่วนที่ผู้สื่อข่าว รีไรท์เตอร์ (Re-Writer) หรือ บรรณาธิการข่าว ต้องนำเสนอประเด็นที่ได้ในการประชุมแต่ละวัน เพื่อกำหนดคัดกรองประเด็นที่น่าสนใจ

#### 5.1.2.3. การตรวจสอบข่าวลวง

การตรวจสอบข่าวลวงหรือการพิสูจน์ความถูกต้องของเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ (user-generated content) ก่อนนำเสนอสู่สาธารณะของผู้ให้สัมภาษณ์จากองค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งพบว่า มีวิธีการตรวจสอบความถูกต้องที่คล้ายคลึงกัน และมีปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดที่สำคัญ คือ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต้นทางมีความยากลำบาก ประกอบกับขั้นตอนระยะเวลาที่จะต้องนำเสนอที่เร่งรีบ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

วิธีในการตรวจสอบข่าวลวงที่องค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งใช้มีลักษณะคล้ายคลึงกัน 6 วิธีการดังต่อไปนี้

- 1) การตรวจสอบกลับไปยังต้นทางของแหล่งสารนั้นเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงมากที่สุด
- 2) การสอบถามไปยังนักวิชาการ ผู้รู้ ผู้เกี่ยวข้องช่วยให้ข้อมูล
- 3) การเทียบเคียงจากสื่อด้วยตนเอง

- 4) การเทียบเคียงจากแฟนเพจที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก
- 5) เปิดรับข้อมูลจากแฟนเพจของตนเองที่จะช่วยตรวจสอบ และการแจ้งเตือนเข้ามา
- 6) การมีบรรณาธิการข่าวหรือหัวหน้าโต๊ะเป็นผู้ตรวจสอบ

#### 5.1.2.4. กระบวนการตัดสินใจ

รูปแบบการบริหารจัดการยังต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ด้วยวิชาชีพสื่อเป็นวิชาชีพที่อยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ (Trust) ที่สาธารณชนมีต่อผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อและองค์กรสื่อ ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมจึงย่อมต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณะ แต่ในสถานการณ์ที่เป็นจริงมักพบว่าการทำงานของผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมักต้องเผชิญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรม

การตรวจสอบข่าวแต่ละข่าวที่ได้มา ผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงแหล่งต้นทาง สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือสังเกตข้อมูลความน่าจะเป็นจากการแสดงความคิดเห็น ได้โพสต์ การกดไลค์ กดแชร์ และการสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวนั้น

รวมถึงสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่ตรวจสอบคัดกรองให้ได้ข้อมูลข้อเท็จจริง โดยจะต้องสืบค้นให้ถึงแหล่งต้นทางมากที่สุด มีการจัดตั้งทีมตรวจสอบเพื่อเฝ้าระวังความถูกต้องของข้อเท็จจริง โดยที่การตรวจสอบประเด็นข่าว จะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงต้นทางมากที่สุด เพื่อสอบถามเรื่องราวทั้งหมด ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เนื่องจากพบว่าหลายครั้งคลิปที่ถูกนำมาเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ไม่ได้มาจากแหล่งต้นทาง แต่มาจากแฟนเพจต่างๆ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเป็นผู้นำเสนอ

#### 5.1.2.5. ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการตรวจสอบข่าวลวง

ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการตรวจสอบข่าวลวงในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลจากองค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งพบข้อมูลที่น่าสนใจ 3 ประเด็น คือ 1) ความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของเนื้อหาจากสื่อออนไลน์ 2) ความเร็วที่กดดันทำให้ต้องเร่งรีบนำเสนอ และ 3) การขาดประสบการณ์และความสามารถในการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร โดยปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการตรวจสอบข่าวลวงในปัจจุบันมาจากหลายปัจจัย ทั้งความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของสาร มิติด้านความเร็วที่กดดันกระบวนการทำงานให้เกิดความเร่งรีบจนเกิดข้อผิดพลาดขึ้น

ประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่อสารมวลชน ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้การตรวจสอบรอบครอบ รอบด้าน และไม่ส่งผลให้เกิดปัญหาตามมา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของเนื้อหาจากสื่อออนไลน์
2. ความเร็วกดดันทำให้ต้องเร่งรีบนำเสนอ
3. การขาดประสบการณ์และความสามารถในการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

### 5.2.1 การบริหารจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

หน้าที่ของสื่อมวลชนไม่เพียงแต่เลือกสรรเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ มานำเสนอแต่ยังต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper) ซึ่งก็คือผู้คัดกรองข่าวสาร ตรวจสอบความถูกต้อง และตรวจสอบข้อเท็จจริงต่าง ๆ ก่อนที่จะนำเสนอไปสู่ผู้ชม ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาการบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) ผ่านผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งผู้จัดการฝ่ายข่าว บรรณาธิการข่าว และผู้สื่อข่าว เพื่อที่จะทราบถึงขั้นตอนของการคัดกรองข่าวได้อย่างชัดเจนที่สุด และพบว่าวิธีการคัดกรองข่าวปลอมของสื่อออนไลน์ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น 2) ตรวจสอบหาต้นตอแหล่งที่มาของข่าว 3) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ และ 4) สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวในประเด็นที่ว่า การเสนอข่าวการรายงานเหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เพื่อนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นเผยแพร่ให้ประชาชนทั่วไปได้ทราบ โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่หาข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น คัดเลือกข้อเท็จจริงที่ประชาชนจะให้ความสนใจ และนำข้อมูล ข้อเท็จจริงเหล่านั้นเผยแพร่ไปยังประชาชน อาทิเช่น ข่าวความเคลื่อนไหวทางการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน ข่าวอาชญากรรมซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน จึงเป็นการรายงานเหตุการณ์ ข้อมูล ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นโดยไม่สอดแทรกความคิดเห็นของสื่อมวลชนลงไป ซึ่งคุณค่าการเสนอนั้นขึ้นอยู่กับความรวดเร็วความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ สื่อมวลชนที่มีบทบาทมากในการเสนอข่าวในปัจจุบัน

อีกทั้งยังสอดคล้องกับ กาญจนา แก้วเทพ (2547) ที่ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory) โดยที่สื่อมวลชน ซึ่งในที่นี้คือสื่อออนไลน์ในการจัดการข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างมากมาย เอาไว้ให้เป็นระบบระเบียบ เพื่อพร้อมสำหรับการนำเสนอ ซึ่งในขั้นตอนการนำเสนอ นั้น สื่อก็จะช่วยจัดวาระเรียงลำดับความสำคัญ เพื่อที่ประชาชนจะได้พูดถึง

อภิปราย ถกเถียง และให้ความ สนใจต่อประเด็นที่สื่อเลือกมาเสนอ อันก่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อม กล่าวคือ ถึงแม้สื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชน คิดแบบที่สื่อจะคิดได้ (Think What) แต่สื่อก็ยังสามารถทำให้คนคิดในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อบอกได้ (Think about) นอกจากนั้นประชาชนก็ยังเรียนรู้ กติกาต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปแบบของสื่อ เช่น อะไรที่พูดถึงมาก แปลว่า สำคัญ อะไรที่พูดถึงก่อนแปลว่า สำคัญ อะไร ที่พาดหัวใหญ่สุดแปลว่าสำคัญที่สุด เป็นต้น ซึ่งตามทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร อธิบายถึงผลของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารในระดับกลาง โดยเป็นผลในด้านของความคิด ความ เข้าใจ (Cognition) ของผู้รับสาร มัลคอล์ม อี.แมค คอมส์ และ โด널ด์ แอล ชอว์ (McCombs, M.E. and Shaw, D,L,1972) นักวิจัยชาวอเมริกันจากมหาวิทยาลัยแค โรนา (University of North Carolina) ผู้เผยแพร่สมมุติฐานว่าด้วยหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน (Agenda-setting function of mass media) ในวารสาร Public Opinion Quarterly (1972) มีสาระสำคัญ ว่านอกจากการทำหน้าที่คัดเลือกข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชน ผลที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอข่าวจะ ออกมาอย่างไรขึ้นอยู่กับการจัดระเบียบวาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์ที่กำหนด ไว้ในทฤษฎีการ กำหนดวาระข่าว รายละเอียดดังกล่าว แมกซ์เวลล์ แมคคอมส์ และแอล.ชอว์ (Maxwell McCombs and Donald L.Shaw, 1976 : 176) ได้เผยแพร่ทฤษฎีนี้ โดยกล่าวว่า ผู้รับสาร ไม่เพียงแต่เรียนรู้ เกี่ยวกับประเด็นสาธารณะ และเรื่องราวอื่นๆ ผ่านสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ยังเรียนรู้ที่จะให้ความสำคัญ ของประเด็นปัญหาหรือหัวข้อหนึ่ง ๆ มากน้อยเพียงใดจากการที่สื่อมวลชนเน้นเอาไว้ รวมถึงยัง ไกล่เคียงกับ Jame W.Dearing และ Everett M. Roger (1997) ที่ได้กล่าวถึงการทำหน้าที่ในการ กำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนไว้ว่า กระบวนการกำหนดวาระเปรียบเสมือนกระบวนการทาง การเมืองที่ประเด็นข่าว เหตุการณ์ต่าง ๆ ต้องมีการแข่งขันกัน เพื่อได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน จนถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นประเด็นของข่าวในวันนั้น โดยอาศัยการพิจารณาของข่าวนั้น ๆ เป็นสำคัญ ทั้งนี้กระบวนการกำหนดวาระของ ข่าวสารว่าประเด็นใดบ้างจะถูกจัดขึ้นมาเป็นประเด็นสำคัญ

#### 5.2.1.1 ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น

ตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นว่ามีแหล่งข่าวอื่นที่มีเนื้อหาข่าวในลักษณะเดียวกันหรือไม่ แหล่งข่าวมีการตรวจสอบความถูกต้องก่อนนำเสนอข่าวหรือไม่ การเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์ บนโลก โซเชียล มีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอม บางครั้งไม่สามารถแยกแยะได้มากนัก จึงขอแนะนำทุกท่านให้ รู้จักสังเกตข่าวด้วยตัวเองได้อย่างไรบ้าง ต้องตั้งคำถามเสมอที่จะไม่แชร์อะไรที่ไม่ตั้งคำถาม หรือคิด ก่อนว่าสิ่งนี้เป็นจริงหรือไม่

### 5.2.1.2 ตรวจสอบหาต้นตอแหล่งที่มาของข่าว

การตรวจสอบหาต้นตอของข่าว บางครั้งข่าวปลอมอาจเป็นข่าวเก่าที่เคยเกิดขึ้นหรือข้อมูลจากข่าวเก่ามาเล่าใหม่อีกครั้ง เพื่อให้เกิดความแตกตื่นหรือเพื่อประโยชน์แอบแฝง

### 5.2.1.3 ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ

ตรวจสอบแหล่งข่าวอื่น ๆ ประกอบ เช่น หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าวนั้น ๆ เพื่อยืนยันว่ามีเหตุการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นจริง เช่น ถ้าเรื่องโรคระบาดก็ตรวจสอบไปที่กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หรือโรงพยาบาล และอื่น ๆ สามารถได้จากข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ ได้ดังนี้

1. อย่าหลงเชื่อหัวข่าวนั้น ข่าวปลอมมักมีข้อความพาดหัวที่สะดุดตา หากหัวข่าวนั้นฟังดูหวือหวาและไม่น่าเป็นไปได้ ข่าวนั้นก็น่าจะเป็นข่าวปลอม
2. พิจารณาลิงก์อย่างถี่ถ้วน ลิงก์ปลอมหรือลิงก์ที่ดูคล้ายลิงก์จริง อาจเป็นสัญญาณเตือนของข่าวปลอม เว็บไซต์ข่าวปลอมจำนวนมากปรับเปลี่ยนลิงก์เล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อเลียนแบบแหล่งข่าวจริง คุณสามารถไปที่เว็บไซต์และเปรียบเทียบลิงก์นั้นกับลิงก์ของแหล่งข่าวที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือได้
3. ตรวจสอบแหล่งข่าว ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรื่องราวที่เขียนขึ้นโดยแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือและมีชื่อเสียงด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หากเรื่องราวที่มาจากแหล่งข่าวที่คุณไม่รู้จัก ให้ตรวจสอบส่วนที่เกี่ยวข้องกับเพจแหล่งข่าวนั้นเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม
4. สังเกตสิ่งผิดปกติ เว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่งมักสะกดคำผิดหรือมีการจัดวางรูปแบบที่ดูไม่เป็นมืออาชีพ หากคุณเห็นลักษณะเหล่านี้ควรอ่านข่าวอย่างระมัดระวัง
5. พิจารณารูปภาพ ข่าวปลอมมักมีรูปภาพหรือวิดีโอที่ถูกบิดเบือน บางครั้งรูปภาพอาจเป็นรูปจริงแต่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของเรื่องราว คุณสามารถค้นหารูปภาพนั้นเพื่อตรวจสอบยืนยันแหล่งที่มาของรูปภาพได้
6. ตรวจสอบวันที่ ข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุสมผลหรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์
7. ตรวจสอบหลักฐาน ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าแหล่งข้อมูลนั้นถูกต้อง ข่าวที่ไม่มีหลักฐานหรืออ้างอิงผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ระบุชื่ออาจชี้ให้เห็นว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม



8. เปรียบเทียบข่าวจากแหล่งอื่น ๆ หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นที่รายงานเรื่องเดียวกัน ก็อาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม ถ้าข่าวนั้นมีการรายงานจากหลายแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือก็เป็นไปได้ว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวจริง

9. ข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่ บางครั้งเราก็แยกข่าวปลอมออกจากมุกตลกหรือข่าวเสียดสีได้ยาก ตรวจสอบดูว่าเรื่องนั้นมาจากแหล่งที่มาที่ขึ้นชื่อเรื่องล้อเลียนและเสียดสีข่าวหรือไม่ และพิจารณาว่ารายละเอียด ตลอดจนน้ำเสียงในการเล่าเรื่องฟังดูเป็นไปเพื่อความสนุกสนานหรือไม่

นอกจากการตรวจสอบข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมจากแหล่งข่าวต่าง ๆ โดยทั่วไปจะมีจำนวนมาก เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วก็จะมีการดำเนินการกับข้อมูลด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การแยกประเภท การจัดชั้น การสังเขป การหาข้อสรุปเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลการพิจารณาหาว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มีความสัมพันธ์กับข้อมูลอื่นหรือไม่อย่างไร

#### 5.2.1.4 สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

จากการศึกษาวิธีการคัดกรองข่าวปลอมของทางสื่อออนไลน์ กองบรรณาธิการต้องสามารถประเมินข่าวสารที่ได้รับมา รู้จักวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารอย่างระมัดระวัง แยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นมีทักษะวิธีการตรวจสอบข้อมูล มีทักษะในการวิเคราะห์ข่าวสารเพื่อที่จะตรวจสอบและประเมินความน่าเชื่อถือของข่าว และสามารถแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นและการชี้นำ ไม่ใช้อคติในการรับข่าวสาร เพื่อที่จะไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี เพื่อกลับกรองข้อมูลที่นำเชื่อถือก่อนการนำเสนอ ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ 1) ประเมินเนื้อหาเพื่อตั้งข้อสังเกตเบื้องต้น 2) ตรวจสอบหาต้นตอแหล่งที่มาของข่าว 3) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลประกอบ และ 4) สอบถามหน่วยงานหรือผู้เชี่ยวชาญโดยตรง

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าการบริหารจัดการการได้มาของเนื้อหาข่าวสารนั้น 1. ประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอ (Media Agenda) กล่าวคือ ประเด็นที่สื่อมวลชนเป็นผู้ จัดลำดับความสำคัญว่ามีคุณค่า และน่าสนใจเพียงพอที่จะนำขึ้นรายงานต่อสาธารณชน ซึ่งสื่อมวลชนจะพิจารณาความเด่นของข่าวในจำนวนหลายๆชิ้น ว่าข่าวใดมีความเด่นสุด สอดรับกับทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2547) และ Jame W.Dearing และ Everett M. Roger (1997) ที่ได้ระบุการคัดเลือกเนื้อหาข่าวสารในประเด็นที่สาธารณชนให้สำคัญ (Public Agenda) คือ ประเด็นที่สาธารณชนเป็นผู้จัด หมายถึง การที่สังคมให้ความสนใจหรือสร้างผลกระทบต่อผู้คนในสังคมได้ สื่อมวลชนก็จะหยิบยกขึ้นมาเป็นวาระในการนำเสนอ เช่น ในสหรัฐอเมริกาช่วงหนึ่งมีปัญหาสังคมที่

สำคัญ คือ เรื่องการสูญบุหรืโดยมีการรณรงค์ต่อต้านการสูญบุหรืเป็นอย่างมาก สื่อมวลชนได้ใช้ปัญหาสังคมนี้ (Social Problem) มาเป็นตัวกำหนดประเด็นวาระของสื่อมวลชนได้

ส่วนประเด็นระดับนโยบาย (Policy Agenda) คือ ประเด็นที่ผู้อำนาจเป็นผู้จัด โดยมักเป็นประเด็นที่ยกขึ้นมาให้ผู้ที่มิหน้าที่กำหนดนโยบายให้ความสำคัญ เช่น ครั้งหนึ่งเคยมีประเด็นสตรี (Famine Issue) ซึ่งประเด็นนี้เป็นเพียงแค่ประเด็นเล็กๆ ที่ยังไม่ได้รับความสนใจมากนัก แต่จากการที่สื่อมวลชนหยิบยกประเด็นดังกล่าวขึ้นมา ทำให้ประเด็นเล็กๆ กลายเป็นประเด็นสำคัญในสหรัฐฯ ได้ โดยมีสื่อมวลชนสนับสนุนนั่นเอง

นอกจากนี้ ยังใกล้เคียงกับผลการศึกษาของ ฌูซุซน อากาสรีร์ตัน (2560) ที่ศึกษาการคัดเลือกประเด็นข่าวและการพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบในการคัดเลือกประเด็นข่าวผ่านการนำเสนอในยุคดิจิทัลของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เนื่องจากปัจจุบันเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้พฤติกรรมของผู้ชมหรือกลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยเฉพาะการรับชมข่าวผ่านสื่อออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้สถานีโทรทัศน์ต้องปรับตัว โดยเฉพาะด้านการคัดเลือกประเด็นข่าวที่จะนำเสนอให้มีความน่าสนใจและเหมาะสมกับทุกช่องทางในการออกอากาศ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า การคัดเลือกประเด็นข่าวเพื่อนำเสนอในยุคดิจิทัลจะอ้างอิงตามหลักเกณฑ์คุณค่าความเป็นข่าวและยึดตามแนวนโยบายของสถานีที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันซึ่งยังไม่เปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันก็เพิ่มความน่าสนใจด้วยการเพิ่มประเด็นข่าวที่อ้างอิงมาจากกระแสของโลกออนไลน์หรือประเด็นที่ประชาชนกำลังให้ความสนใจอยู่ในขณะนั้น ซึ่งส่วนมากแล้วประเด็นข่าวใดที่นำเสนอผ่านสื่อหลักคือ โทรทัศน์ ก็จะสามารถนำมาเสนอผ่านสื่อออนไลน์ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร (Agenda-setting) ต่อมา การศึกษาวิจัยปัจจัยในการบริหารงานข่าวของสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลและการปรับตัวในยุคที่ภูมิทัศน์สื่อมีการเปลี่ยนแปลง

## 5.2.2 การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News)

### 5.2.2.1 ประเด็นที่กำลังเป็นกระแสทางสังคม

การบริหารจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอมโดยพิจารณาจากจำนวนของการมีส่วนร่วมที่มีต่อเนื้อหา และกระแสความสนใจในโลกออนไลน์สื่อมวลชนทั้ง 5 แห่ง ระบุว่า หากต้องค้นหาเนื้อหาและคัดเลือกข่าวผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยสื่อออนไลน์คัดเลือกประเด็นข่าวจากเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (instagram) แอปพลิเคชัน (Application) ไลน์ (Line) ยูทูบ (Youtube) ไวรัล (Viral) สื่อ

ออนไลน์ทั้งหมด หรือแม้กระทั่งกระแสสังคมที่เกิดขึ้นในขณะนั้นที่คัดเลือกจากเฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตราแกรม (instagram) ทวิตเตอร์ (Twitter) เว็บไซต์ข่าวด้วยตัวเอง สื่อโทรทัศน์ดิจิทัล และกูเกิลเทรนด์ (Google Trend) จะคัดเลือกจาก เฟซบุ๊ก และทวิตเตอร์ จากสำนักข่าวที่น่าเชื่อถือ อาทิ สำนักข่าวต่างประเทศ ส่วนเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดเลือกเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ในประเด็นใด จะถูกนำเสนอในสื่อแต่ละแห่ง พบว่า องค์กรสื่อมวลชนทุกแห่ง จะพิจารณาจากจำนวนการมีส่วนร่วมของผู้ใช้สื่อออนไลน์ที่มีต่อเนื้อหานั้น ๆ ได้แก่ ยอดกดไลค์ กดแชร์ การแสดงความคิดเห็น รวมถึงการติดตามดูกระแสความสนใจของคนใน โลกออนไลน์จากกูเกิลเทรนด์ (Google Trend) ได้ สอดรับกับ Lewin (1947) ซึ่งได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อัน ประกอบไปด้วยบริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดย วินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปหรือไม่ หรือข่าวสารอะไรควรจะไปส่งไปถึงผู้รับสารเข้าหน่วย หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด ซึ่งแนวความคิดนี้เองได้ถูกนำมา อธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน หรือ เปรียบเสมือนเป็นบุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารที่ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารและผู้รับสาร จากสื่อสารมวลชน ทำให้เห็นว่าจากต้นตอแหล่งข่าวบรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสาร เพียงบางชิ้นเพื่อออกอากาศ ส่วนอีกหลายชิ้นจะถูกโยนทิ้ง ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จึงถูกตัดแต่งให้ เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ชม หรือผู้ฟัง หน้าที่ของ Gatekeeper ไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธข่าวสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น Gatekeeper ยังทำหน้าที่จัดสารนั้นให้อยู่ในรูปที่เขาต้องการตลอดจนกระทั่งกำหนดการเสนอข่าวสาร ระยะเวลาที่หน่วงเหนี่ยววารสารนั้นไว้ว่าจะเสนอในช่วงเวลาใดหรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอเพียงบางส่วน อีกทั้งยังใกล้เคียงกับผลการศึกษาของ ออลกรณีย์ เหมือนดาว และแอนนา จูมพลเสถียร (2558) ได้ศึกษา กระบวนการนำข้อมูลจากสื่อสังคมมาใช้ในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ พบว่าปัจจุบันสื่อมวลชนนิยมใช้ ข้อมูลจากสื่อสังคมมาแนะนำข่าวกันอย่างแพร่หลายทำให้กระบวนการคัดเลือกข้อมูลเพื่อใช้ในการ นำเสนอข่าวเปลี่ยนไปจากข้อมูลข่าวที่ถูกค้นหาโดยผู้สื่อข่าวโดยตรง อาจจะมีข้อมูลหรือประเด็นข่าว ให้เลือกแบบจำกัด แต่การตรวจสอบทำได้ง่ายและไม่ต้องใช้วิธีการสลับซับซ้อนเพราะข้อมูลที่ถูก นำมาใช้มักเป็นข้อมูลที่ผู้สื่อข่าวได้ไปลงพื้นที่สืบหาด้วยตัวเอง หรือได้รับจากแหล่งข่าวที่มีตัวตน เชื่อถือได้ขณะที่การนำข้อมูลจากสื่อสังคมมาใช้ในการนำเสนอข่าว แม้ทำให้ข้อมูลหรือประเด็นข่าวมี ให้เลือกมากมายแต่กระบวนการตรวจสอบและคัดกรองต้องถูกกำหนดไว้อย่างละเอียดหลายขั้นตอน ในการคัดกรองข้อมูลจากสื่อสังคม โดยพิจารณาจากจำนวนการเข้าชม จำนวนการแชร์

5.2.2.2 รูปแบบการนำเสนอข่าวสาร โดยพิจารณาถึงหลักกฎหมายและจริยธรรมจากการสัมภาษณ์องค์กรสื่อมวลชน พบว่า ไทยรัฐทีวี และเดลินิวส์ออนไลน์ จะให้ความสำคัญกับเรื่องข้อกฎหมาย ศีลธรรม ซึ่งแต่ละข่าวที่เลือกหยิบประเด็นมานำเสนอจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชน และสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น โดยการได้มาของข่าวแต่ละข่าวไทยรัฐทีวีจะพิจารณากัดเลือกจากหลักกฎหมาย ศีลธรรม ก่อนจะเลือกหยิบประเด็นข่าวนั้น ๆ มานำเสนอเนื่องด้วยข้อกำหนดของการเป็นสมาชิกในสมาคมผู้ผลิตสื่อออนไลน์การทำงานจึงมีสิ่งที่ต้องคำนึงหลายส่วนเป็นองค์ประกอบ

และการเลือกประเด็นข่าวนอกเหนือจากความสนใจของบุคคลและสิ่งใกล้ตัวที่เกิดขึ้นแล้ว สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงอีกอย่างคือประเด็นข่าวที่เลือกจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อบุคคลอื่น ทั้งความมั่นคง ศาสนา สิทธิมนุษยชนและสิทธิเสรีภาพ ได้สอดรับคล้องกับ ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี (2558) ที่กล่าวถึง จริยธรรมสื่อออนไลน์และสารสนเทศ ที่ระบุงการเกิดสื่อออนไลน์ ยังไม่มีปัญหาในเชิงจริยธรรมมากนัก เนื่องจากข่าวสารที่ถูกนำเสนอในสื่อออนไลน์เป็นเนื้อหาที่นำมาจากฉบับพิมพ์ โดยอาจจะมีข่าวปัจจุบันทันด่วน หรือ Breaking News บ้าง ก็เป็นเพียงส่วนน้อย ดังนั้น สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติที่เป็นองค์กรกำกับตนเองด้านจริยธรรมจึงมีมติให้สอบถามสมาชิกที่เป็นหนังสือพิมพ์ฉบับต่าง ๆ ว่า จะให้สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กำกับดูแลไปถึงสื่อออนไลน์ในสังกัดของสมาชิกสภาฯ หรือไม่ ซึ่งผลตอบรับเป็นไปในเชิงบวก นั่นคือสมาชิกทุกฉบับยินดีให้สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กำกับดูแลสื่อออนไลน์ในสังกัดด้วย เพื่อให้การดำเนินงานของสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดตั้ง จึงได้มีการจัดทำแนวปฏิบัติในการนำเสนอข่าวและภาพข่าวของสมาคมผู้ผลิตข่าวออนไลน์ อีกทั้งยังใกล้เคียงกับผลการศึกษาของ ภาณุพงษ์ ทินกร (2560) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้ปัญหาด้านจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ และศึกษาแนวทางกำกับดูแลที่เหมาะสม โดยการเก็บข้อมูลจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์โดยตรงที่ทำงานอยู่ในกองบรรณาธิการข่าวหรืออยู่ในฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลออกอากาศภาคพื้นดิน จนพบว่าผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ตระหนักถึงปัญหาจรรยาบรรณสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลที่เกิดขึ้น ปัจจัยภายในองค์กรมีผลต่อปัญหาจรรยาบรรณสื่อมวลชน ได้แก่ นโยบายของบริษัทเจ้าของสื่อ บุคลากรในองค์กรระดับตัดสินใจ เช่น บรรณาธิการและหัวหน้าข่าวมีผลมากกว่าปัจจัยภายนอก สุดท้ายคือ ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์เห็นด้วยกับแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดระเบียบวาระข่าวสาร (Agenda-setting) มากที่สุด โดยเห็นควรให้มีการลงทะเบียนสื่อมวลชนและมีบทลงโทษทางกฎหมายกับสื่อมวลชนที่ไม่ปฏิบัติตามจรรยาบรรณและจริยธรรมสื่อมวลชน และยังใกล้เคียงกับ สกุลศรี ศรีสารคาม (2557) ที่ศึกษาหลักวิธีคิดเกี่ยวกับจริยธรรมในการใช้งานสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ในการรายงานข่าว และการพัฒนากรอบการกำกับ

ดูแลทางวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์และสื่อสังคม จากการศึกษาในงานวิจัยนี้พบว่า หลักจริยธรรมที่ควรมีการทบทวนบทบาทในการปฏิบัติงานข่าวบนสื่อออนไลน์และสื่อสังคม ได้แก่ ประเด็นเรื่องความถูกต้อง ความเป็นกลาง การรักษาสมดุล ความโปร่งใส จุดยืนเรื่องการแสดงออกทางความคิด บทบาทในการคัดกรองข่าวสาร และการประสานสังคมไม่สร้างความขัดแย้ง นอกจากนี้เมื่อวิเคราะห์กรอบปฏิบัติที่มีอยู่ควบคู่กับการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การพัฒนากรอบจริยธรรมหรือแนวปฏิบัติในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์ควรมีการกำหนดกรอบภาพกว้างควบคู่กับการให้คำอธิบายเชิงเทคนิคในการใช้งานเพื่อตอบโจทย์จริยธรรมภาพกว้างเป็นคู่มือประกอบเพื่อให้ผู้ปฏิบัตินำไปปรับใช้งานได้จริง โดยการร่างกรอบจริยธรรมแนวปฏิบัติสื่อสังคมและสื่อออนไลน์ควรใช้กรอบในการพิจารณา 5 เรื่อง คือ 1) กรอบความรับผิดชอบของตนเองต่อสังคม 2) กรอบทางวิชาชีพ 3) กรอบข้อบังคับทางกฎหมาย 4) กรอบการใช้งาน ประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์และสื่อสังคม และ 5) กรอบเรื่องการตลาดและโมเดลทางธุรกิจขององค์กร และเกิดขึ้นจากความร่วมมือระหว่างองค์กรข่าว องค์กรวิชาชีพ และนักข่าวพลเมืองภาคประชาชนเพื่อสร้างมาตรฐานเดียวกันในการใช้สื่อสังคมและสื่อออนไลน์เพื่อการรายงานข่าวแนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอรายการข่าวและแนวคิดเกี่ยวกับผู้เฝ้าประตูสาร (Gatekeeper) โดยตรง รวมถึงใกล้เคียงกับ พัชราภา เอื้ออมรวนิช (2561) ที่ศึกษาถึงความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในยุคข่าวสารไร้พรมแดน เพื่อหาแนวทางการนำเสนอข่าวสารที่เหมาะสมของสื่อมวลชน โดยใช้ทฤษฎีสื่อสารมวลชนว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda-setting) แนวคิดคุณค่าข่าว และแนวคิดจริยธรรมสื่อมวลชน จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการสื่อ สื่อมวลชน จนพบว่าความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนในยุคข่าวสารไร้พรมแดนนั้นสื่อมวลชนพยายามรักษาความรับผิดชอบต่อในการนำเสนอข่าวสารโดยคำนึงถึงความถูกต้องและความรวดเร็ว โดยพยายามนำเสนอข่าวสารบนพื้นฐานทางจริยธรรมของสื่อ แต่ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบในการนำเสนอข่าวสารนั้นประกอบไปด้วย การแข่งขันกันของสื่อ การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ ระบบนายทุนเจ้าของสื่อ สปอนเซอร์ การตลาด รวมทั้งเพื่อความอยู่รอดของสื่อมวลชนเองที่มีส่วนทำให้สื่อมวลชนละเลยความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรมอยู่บ่อยครั้งที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การนำเสนอข่าวที่เหมาะสมของสื่อมวลชนควรนำเสนอข่าวสารภายใต้ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลบนพื้นฐานของจริยธรรม คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายฝ่ายตั้งแต่ผู้รับสาร สื่อมวลชน และองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยต้องวางรากฐานทางการศึกษาให้กับคนในสังคม ปลูกฝังเรื่องคุณธรรมจริยธรรม และสร้างการรู้เท่าทันสื่อให้กับคนในสังคมเพื่อให้เปิดรับสื่อได้อย่างมีคุณภาพด้วย

5.2.2.3 การตรวจสอบข่าวลวงหรือการพิสูจน์ความถูกต้องของเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้สื่อออนไลน์ (user-generated content) ก่อนนำเสนอสู่สาธารณะของผู้ให้สัมภาษณ์จากองค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งพบว่า มีวิธีการตรวจสอบความถูกต้องที่คล้ายคลึงกัน และมีปัญหาอุปสรรคข้อจำกัดที่สำคัญ คือ การเข้าถึงแหล่งข้อมูลต้นทางมีความยากลำบาก ประกอบกับขั้นตอนระยะเวลาที่จะต้องนำเสนอที่เร่งรีบ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

วิธีในการตรวจสอบข่าวลวงที่องค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งใช้มีลักษณะคล้ายคลึงกัน 6 วิธีการดังต่อไปนี้

- 1) การตรวจสอบกลับไปยังต้นทางของแหล่งสารนั้นเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงมากที่สุด
- 2) การสอบถามไปยังนักวิชาการผู้รู้ ผู้เกี่ยวข้องช่วยให้ข้อมูล
- 3) การเทียบเคียงจากสื่อด้วยกันเอง
- 4) การเทียบเคียงจากแฟนเพจที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก
- 5) เปิดรับข้อมูลจากแฟนเพจของตนเองที่จะช่วยตรวจสอบ และการแจ้งเตือนเข้ามา
- 6) การมีบรรณาธิการข่าวหรือหัวหน้าโต๊ะเป็นผู้ตรวจสอบ

#### 5.2.2.4 กระบวนการตัดสินใจ

รูปแบบการบริหารจัดการยังต้องคำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรมวิชาชีพสื่อ ด้วยวิชาชีพสื่อเป็นวิชาชีพที่อยู่บนพื้นฐานของความไว้วางใจ (Trust) ที่สาธารณชนมีต่อผู้ประกอบวิชาชีพสื่อและองค์กรสื่อ ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบวิชาชีพสื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ปัญหาความขัดแย้งทางจริยธรรมจึงย่อมต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณะ แต่ในสถานการณ์ที่เป็นจริงมักพบว่าการทำงานของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมักต้องเผชิญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเชิงจริยธรรม

การตรวจสอบข่าวแต่ละข่าวที่ได้มา ผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงแหล่งต้นทาง สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือสังเกตข้อมูลความน่าจะเป็นจากการแสดงความคิดเห็นได้โพสต์ การกดไลค์ กดแชร์ และการสัมภาษณ์นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นข่าวนั้น

รวมถึงสื่อมวลชนต้องทำหน้าที่ตรวจสอบกักรองให้ได้ข้อมูลข้อเท็จจริง โดยจะต้องสืบค้นให้ถึงแหล่งต้นทางมากที่สุด มีการจัดตั้งทีมตรวจสอบเพื่อเฝ้าระวังความถูกต้องของข้อเท็จจริง โดยที่การตรวจสอบประเด็นข่าว จะต้องพยายามตรวจสอบไปให้ถึงต้นทางมากที่สุด เพื่อสอบถามเรื่องราวทั้งหมด ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น เนื่องจากพบว่าหลายครั้งคลิปที่ถูกนำมาเผยแพร่ในสื่อออนไลน์

ไม่ได้มาจากแหล่งต้นทาง แต่มาจากแฟนเพจต่าง ๆ ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเป็นผู้นำเสนอ ซึ่งเป็นสถานที่ข่าวที่ใช้เนื้อหาจาก user-generated content มานำเสนอมาก

จากผลการศึกษาพบว่า ได้สอดรับกับแนวคิดการบริหารเชิงกลยุทธ์ ของโอลตา งามพิเชษฐ์, (2547) ทั้งแง่ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ที่ได้ระบุว่า การบริหารองค์การอย่างเป็นระบบโดยผู้บริหารระดับสูง ซึ่งจะเป็นขอบเขตงานบริหารที่กว้างโดยต้องบริหารองค์การโดยส่วนรวมให้สัมพันธ์และเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลง โดยในเวลาเดียวกันก็จะต้องมีทัศนคติการมองเหตุการณ์ไกลออกไปในอนาคตด้วย สำหรับภายในองค์การ ผู้บริหารระดับสูงก็ต้องสามารถมองลึกและเห็นทะลุอย่างทั่วถึงไปในทุกส่วนที่เป็นกลไกขององค์การ ที่ซึ่งจะเป็นเครื่องมือการทำงานต่าง ๆ ให้เสร็จสิ้นไปได้ด้วยดี ทั้งการวางกลยุทธ์การบริหารองค์การภายใน การวางกลยุทธ์การบริหารองค์การภายนอก และการวางกลยุทธ์การบริหารที่สอดคล้องกับสถานการณ์ตลอดเวลา รวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเนื้อหาข่าวสารข่าวของสื่อมวลชนมาใช้วิเคราะห์ เพื่อให้องค์กรสามารถบริหารจัดการและสามารถดึงดูดความสนใจ และยังใกล้เคียงกับนันทิกา นุสม (2560) ที่เก็บข้อมูลจำนวนข่าวปลอมที่พบบนเฟซบุ๊กแล้วมาจำแนกประเภทและรูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอม จากนั้นนำข่าวปลอมที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาโดยละเอียด และสำรวจระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารหลงเชื่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กด้วยแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 400 ชุด พบว่า ประเภทของข่าวปลอมที่พบมากที่สุดคือ ข่าวปลอมที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ (Bogus) และรูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอมที่พบมากที่สุดคือ เนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้น (Fabricated Content) โดยมีเจตนาในการสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นข่าวปลอมที่สมบูรณ์แนบเนียนที่สุด มีเนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่ทั้งหมดทั้งภาพ พาดหัวข่าว เนื้อหา และข้อมูลที่ปรากฏในข่าวสร้างขึ้นเป็นข่าวปลอมทั้งสิ้น วิธีการสร้างข่าวปลอมแบบสมบูรณ์เหล่านี้เป็นวิธีที่พัฒนามาจากเว็บข่าวปลอมแบบคลิกเบต (Clickbait) เนื่องจากผู้อ่านเริ่มที่จะรู้เท่าทันข่าวแบบคลิกเบต ผู้นำเสนอข่าวปลอมจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ผู้อ่านไม่สามารถรู้เท่าทันได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับการเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อและการประเมินสื่อในระดับมาก ส่วนในระดับการสร้างสรรคสื่อ่นั้นมีความรู้เท่าทันสื่อในระดับการกตโลศ โดยมีการพิจารณาด้านคุณค่าข่าวเป็นส่วนประกอบ จากนั้นจึงนำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้อง พร้อมประเมินคุณค่าของข่าวอย่างรอบด้าน อาจมีคุณค่าเพียงพอข้อมูลและประเด็นที่ได้จากสื่อสังคม จึงถูกมอบหมายให้ผู้จัดการลงพื้นที่ทำข่าวเพิ่มเติม

### 5.2.2.5 ปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดในการตรวจสอบข่าวลวง

ปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดในการตรวจสอบข่าวลวงในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลจากองค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งพบข้อมูลที่น่าสนใจ 3 ประเด็น คือ 1) ความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของเนื้อหาจากสื่อออนไลน์ 2) ความเร็วกดดันทำให้ต้องเร่งรีบนำเสนอ และ 3) การขาดประสบการณ์และความสามารถในการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร องค์กรสื่อมวลชนทั้ง 5 แห่งเห็นคล้ายคลึงกันว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญของการตรวจสอบข่าวลวงในปัจจุบันมาจากหลายปัจจัย ทั้งความยากลำบากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของสาร มิติด้านความเร็วที่กดดันกระบวนการทำงานให้เกิดความเร่งรีบ จนเกิดข้อผิดพลาดขึ้น ได้แก่

1. ความยากในการเข้าถึงแหล่งต้นทางของเนื้อหาจากสื่อออนไลน์ เนื่องจากแหล่งสืบค้นเนื้อหาต่าง ๆ มีหลากหลายช่องทาง แต่ส่วนใหญ่ยังเป็นข้อมูลที่ขาดความน่าเชื่อถือ

2. ความเร็วกดดันทำให้ต้องเร่งรีบนำเสนอ ความกดดันในการแข่งขันของธุรกิจสื่อที่จะต้องแข่งกับเวลาเพื่อแย่งพื้นที่ข่าวทำให้การตรวจสอบบางครั้งไม่สามารถทำได้อย่างครบถ้วน การแข่งขันของสื่อปัจจุบันมีสูง เพราะต้องแข่งกับเวลา อีกทั้งจำนวนสื่อและช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้นก็ถือเป็นอุปสรรค ความเร็ว ถือเป็นอิทธิพลต่อกระบวนการทำงาน จึงทำให้สื่อมวลชนต้องแข่งกับเวลา รีบเร่งหยิบจับประเด็นมานำเสนอ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม จนขาดความรอบครอบ ขาดการตรวจสอบเชิงลึก สื่อมวลชนในปัจจุบันไม่ค่อยคัดกรองข้อมูลเหมือนสมัยก่อน เพราะปัญหาด้านการแข่งขันของสื่อ ความรวดเร็วจึงเข้ามาเป็นปัจจัยที่กดดัน ในการนำเสนอจนทำให้เกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง

3. การขาดประสบการณ์และความสามารถในการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร

การขาดประสบการณ์ทำงาน วุฒิภาวะของผู้สื่อข่าวถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการตรวจสอบข่าวลวง เพราะบางครั้งไม่สามารถวิเคราะห์เหตุ หรือตัดสินใจเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อของ Potter (2014) ที่ได้ระบุว่า การรู้เท่าทันสื่อ นั้นถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งสำหรับผู้รับสารที่ต้องป้องกันตนเองจากการเปิดรับข่าวสารที่ไม่เป็นจริง โดยการรู้เท่าทันสื่อเป็นสิ่งที่สามารถพัฒนาได้จากการเรียนรู้และมีความจำเป็นต้องถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ที่เป็นมุมมองของบุคคลที่สร้างขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ส่วน ซึ่ง ประกอบไปด้วย ความรู้ การใช้เครื่องมือ และความตั้งใจในการเปิดรับสื่อและแปลความหมายสารในสื่อที่บุคคลเปิดรับโดยบุคคลที่มีความรู้เท่าทันสื่อจะเลือกใช้ความรู้ของตนเองในการแปลสาร

จึงกล่าวได้ว่า การรู้สารสนเทศเป็นชุดของความสามารถที่บุคคลต้องมีรับรู้ เมื่อจำเป็นต้องใช้ข้อมูลและมีความสามารถในการค้นหา ประเมิน และใช้ข้อมูลที่จำเป็นอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ (Media and information literacy) คือ การ



ผสมผสานความรู้ ทักษะ ทักษะ และการปฏิบัติที่จำเป็นในการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน การใช้ผลิต สื่อสารข้อมูล และความรู้ในรูปแบบที่สร้างสรรค์ ถูก กฎหมาย และจริยธรรมที่เคารพสิทธิมนุษยชนที่ครอบคลุมถึงความสามารถของบุคคลในการตีความและการตัดสินใจในฐานะผู้ใช้สารสนเทศและสื่อ

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผลการศึกษาครั้งนี้ สำนักข่าวที่มีการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์สามารถนำประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรในแง่ของการจัดการด้านเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม

2. ผลการศึกษาครั้งนี้ สำนักข่าวที่มีการนำเสนอข่าวผ่านสื่อออนไลน์สามารถนำประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรในแง่ของการจัดการด้านรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม

3. ผลการศึกษาสามารถนำไปต่อยอดการศึกษาค้นคว้าวิจัยให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ทั้งในการด้านวิชาการ และวิชาชีพได้ต่อไป

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการวิจัยต่อยอดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเนื้อหาข่าวสารของสื่อมวลชนในสถานการณ์ข่าวปลอม (Fake News) โดยการกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในสำนักข่าวออนไลน์จากหลากหลายช่องที่ครอบคลุมยิ่งขึ้น

2. ควรมีการวิจัยในเชิงการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการข่าวปลอม และการจัดลำดับเนื้อหาข่าวสารสู่สาธารณชน

3. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ประเภทข่าวสาร ในแต่ละกลุ่มตามช่วงวัยที่แตกต่างกัน และนำมาเปรียบเทียบเชิงวิเคราะห์ ในการหาแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อออนไลน์ ประเภทข่าวสารได้อย่างเหมาะสม

## บรรณานุกรม

### หนังสือและเอกสารตำราวิชาการ

กาญจนา แก้วเทพ . (2541). การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค. กรุงเทพฯ: อินฟินิตี้เพรส.

กาญจนา แก้วเทพ . (2547). ทฤษฎีและแนวทางการศึกษาสื่อสารมวลชน. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ: แบรินด์เอจ.

ไอลตา งามพิเชษฐ์. (2547). การบริหารเชิงกลยุทธ์แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: สุทรไพศาลบิวเดอร์.

### เอกสารงานวิจัยและวิทยานิพนธ์

โชติกา สิงหาวัฒนศิริ. (2554). การบริหารรูปแบบรายการของสถานีโทรทัศน์ผ่านอินเทอร์เน็ต บริษัท วอยซ์ทีวี จำกัด. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ณัฐชนน อากาศธีรัตน์ .(2560). บทวิเคราะห์การเลือกข่าวในยุคดิจิทัล: กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์กรุงเทพ ช่อง 7. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐริกา ณ ระนอง. (2548). การนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนทางหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน. วิทยานิพนธ์วารสารมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

นันทิกา หนูสม .(2561). ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประวีณา พลเขตต์. (2561). การรับรู้และการรู้เท่าทันสื่อของผู้ชมรายการข่าวก่อนแซร์. วารสารการสื่อสารและการจัดการนิต้า, 4(3) 47-62.

พรรณพิไล ปุกหุด. (2553) กรอบในการคัดเลือกข่าวของสถานีข่าวที่เอ็นเอ็น 24. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาณุพงษ์ ทินกร .(2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัญหาจริยธรรมของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลและกรอบการกำกับดูแลที่เหมาะสม. การค้นคว้าแบบอิสระ (นศ.ม.) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รุ่งลักษณ์ นาคพงษ์ .(2561). ปัจจัยในการจัดการทีวีดิจิทัลแบบใหม่และการปรับตัวในการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของสื่อ. วิทยานิพนธ์ (นศ.ม.) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิศิษฐ์ เกตุรัตน์กุล และคณะ .(2561). กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ขายสินค้าแฟชั่นกับ  
พฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุกัญญา จินวงศ์ (2553). ประเด็น ความถี่ และทิศทางการนำเสนอข่าว ภาพข่าว และบทบรรณาธิการ:  
กรณี: การชุมนุมของกลุ่มแนวร่วมประชาธิปไตยขับไล่เผด็จการแห่งชาติ (นปช) ใน  
หนังสือพิมพ์ไทยรัฐและมติชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน.

สกุศลศรี ศรีสารคาม. (2554).งานวิจัยเรื่องสื่อสังคม (Social Media) กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อ  
ข่าว. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

### **บทความ วารสาร และเอกสารอื่นๆ**

พัชรภา เอื้ออมรวิช. (2561). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์. สักทอง: วารสารมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์ (สทมส.), 24(พิเศษ), 20-28.

อลงกรณ์ เหมือนดาว และแอนนา จุมพลเสถียร. (2558). กระบวนการนำข้อมูลจากโซเชียลมีเดียมา  
ใช้ในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์. วารสารบัณฑิตศึกษา คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน.(1)19.

### **แหล่งสืบค้นออนไลน์**

เกลียวพันธ์ ลีละสร. (2561). ว่าด้วย Fake News. เข้าถึงได้จาก <https://www.secnia.go.th/2019/10/15/%E0%B8%A7%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%A7%E0%B8%A2-fake-news>.

เจ็ด บรรดาศักดิ์. (2562). ‘ข่าวปลอม’ จากมุมมองนักปรัชญา เหตุผลของการมีอยู่และการรับมือให้  
ได้. เข้าถึงได้จาก <https://themomentum.co/philosophy-of-fake-news>.

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี. (2558). ทำนายอนาคตสื่อไทย ยุค Social Media ครองเมือง. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.thairath.co.th/content/489384>.

พิณ พัฒนา. (2560). รู้เขาหลอกแต่เต็มใจให้หลอก รู้จัก 'Fake News' ข่าวปลอมออนไลน์ที่เราชักจูง  
จริงบ่อยขึ้นทุกวัน. เข้าถึงได้จาก <https://adaymagazine.com/global-7>.

สำนักข่าวอิศรา. (2562). การตรวจสอบข่าวปลอม. เข้าถึงได้จาก <https://www.isranews.org/content-page/item/75870-fakenews.html>.

- ธนู บุญญานวัตร. (2550). แหล่งสารสนเทศ. เข้าถึงได้จาก <https://tanoo.wordpress.com>.
- อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์ .(2560).อิสริยะ ไพรีพ่ายฤทธิ์. (2560).Fake News ข่าวดปลอม ปัญหาใหญ่ของโลกอินเทอร์เน็ต. เข้าถึงได้จาก <http://www.okmd.tv/blogs/allthingsdigital/fakenews>ข่าวดปลอมปัญหาใหญ่ของโลกอินเทอร์เน็ต.
- Desai, S. Mooney, H. & Oehrli, J. A. (2017). "Fake News," lies and propaganda: How to sort fact from fiction. Retrieved from [http://guides.lib.umich.edu/ Fake news](http://guides.lib.umich.edu/Fake%20news).
- ETDA. (2562). Fake News ลวงให้เชื่อ หลอกให้แชร์. เข้าถึงได้จาก <https://www.etda.or.th/en/newsevents/pr-news/etc/Fake-News>.
- Karlova & Fisher, (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. Retrieved from <http://informationr.net/ir/18-1/paper573.html#.Yxn1ZXZByM8>.
- Nielsen, R. K, & Graves, L. (2017)."News you don't believe: Audience perspectives on fake news". Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/news-you-don-t-believeaudience-perspectives-fake-news>.
- Nurse, M. (2016). Fake news and other types of misinformation defined. Retrieved from <http://communicationscience.org.au/fake-news-and-other-forms-of-misinformation-defined>.
- Tandoc Jr., Lim, and Ling, (2017). Defining “Fake News”. Digital Journalism. Retrieved from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1360143>.
- UNESCO. (2013). Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies. Retrieved from <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents>.
- UNESCO. (2016). การสนทนาครั้งใหญ่ คู่มือในการแก้ไขปัญหาความรุนแรง ต่อผู้หญิงในสื่อและโดยสื่อ เข้าถึงได้จาก <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379945>.
- Wardle, C. (2017). Fake news: It’s complicated. Retrieved from <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated>.
- Wong, J. C., Levin, S., & Solon, O. (2016). Bursting the Facebook bubble. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/usnews/2016/nov/16/facebook-bias-bubble-us-election-conservative-liberal-news-feed>.

Zn-UP. (2560). สถิติน่ารู้ Digital Movement ทั่วโลกปี 2017. เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/02/digital-overview-global-stat-2017>.

### **บทความและหนังสือต่างประเทศภาษาอังกฤษ**

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 211–236.
- Bonde, S, and Firenze, P. (2015). A framework for making ethical decisions. *Science and Engineering Ethics*, 22, 343–366.
- Del Vicario, Zollo, Caldarelli, Scala, & Quattrociocchi (2017). Mapping social dynamics on Facebook: The Brexit debate. *Social Networks*. (50) 6-16.
- Hobbs, R. and Moore. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Hausman, Daniel M. (1992) *The Inexact and Separate Science of Economics*, Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Jame W.Dearing and Everett M. Roger. (1997). *Agenda-Setting*. 1st Edition. SAGE Publications
- Jarice Hanson and Uma Narula. (1990). *New Communication Technologies in Developing Countries*. Language Arts & Disciplines.
- Liu, S. M. & Liao, J. Q. (2013). Transformational leadership and speaking up: Power distance and structural distance as moderators. *Social Behavior and Personality: An international journal*, 41, 1747–1756.
- McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*. 30(2) 176-187.
- McQuail (1994). *McQuail's Mass Communication Theory*. (5th edition). London: Sage Publications.
- Pariser, Eli. (2011). *The Filter Bubble*, London: Penguin Books.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of media literacy: A cognitive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Potter, W. J. (2021).Media Literacy Tenth Edition. University of California.

Rodman, G. (2012). Mass Media in a Changing World. New York: McGraw-Hill

Sunstein, R. (2007). Republic.com 2.0. Princeton University Press.

Tate, C. Dow, Taylor, Sherri A. (2014). Scholastic Journalism.Wiley & Sons,  
Incorporated, John.





ไม่มีเนื้อหาจากต้นฉบับ

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นายมานิช รักไทยเจริญชีพ  
วุฒิการศึกษา วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
เทคโนโลยีบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

