



รู้เท่าทันข่าว

News Literacy



NEWS LITERACY



รู้เท่าทันข่าว

(News Literacy)

สื่อและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง

ในปัจจุบันพฤติกรรมกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้อ่านได้เปลี่ยนไปอย่างมาก เนื่องจากสื่อและเทคโนโลยีได้พัฒนาอย่างรวดเร็ว มีการบริโภคข่าวสารผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรือไลน์ มากขึ้น และในสื่อโซเชียลมีเดียผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไปยังสามารถแสดงบทบาทเป็นผู้นำเสนอข่าวเองได้ โดยมีผู้อ่านจำนวนไม่น้อยให้ความสนใจและคอยติดตาม เนื่องจากนำเสนอข่าวที่รวดเร็วแปลกใหม่ หือหวาและเร้าอารมณ์

ถึงแม้ว่าความรวดเร็วในการรายงานข่าวทางออนไลน์จะช่วยทำให้ผู้อ่านรับข้อมูลข่าวสารอย่างทันทั่วถึง แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นคือข่าวออนไลน์บางส่วนไม่ได้รับการกลั่นกรองคุณภาพและความถูกต้อง เนื่องจากเป็นสื่อที่เปิดกว้าง และไม่ได้ถูกจำกัดว่าเป็นข่าวนำเสนอจากสื่อมวลชนกระแสหลักแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป นอกจากนี้ ข่าวที่นำเสนอผ่านทางหน้านิวส์ฟีดของโซเชียลมีเดียยังสามารถถูกส่งต่อหรือแบ่งปันให้ผู้อื่นอ่านต่อได้ในวงกว้าง ซึ่งส่งผลทำให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารอย่างรวดเร็วและสร้างอิทธิพลต่อความคิดของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวปลอมเข้ามาปะปนกับข่าวอื่นๆ บนโลกออนไลน์ จนทำให้ผู้อ่านหลงเชื่อข่าวปลอม ข่าวลือ หรือ ข่าวบิดเบือนเพราะไม่รู้เท่าทันสื่อเหล่านี้

พลเมืองดิจิทัลจึงควรมีทักษะในการรู้เท่าทันข่าว มีวิจารณญาณแยกแยะได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวปลอม มีทักษะในการวิเคราะห์และตรวจสอบเพื่อที่จะได้ข้อมูลที่ถูกต้องในการแสดงความคิดเห็น รู้จักประเมินและเลือกใช้ข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดสังคมประชาธิปไตยที่ผู้คนแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแสดงความคิดเห็นบนข้อเท็จจริงและเหตุผล

การรู้เท่าทันข่าวคืออะไร

การรู้เท่าทันข่าว คือทักษะในการคิดวิเคราะห์ข่าวสารเพื่อที่จะตรวจสอบและประเมินความน่าเชื่อถือของข่าวสารและข้อมูล รู้ว่าข่าวนั้นน่าเชื่อถือหรือไม่ รู้ว่าข่าวนั้นเขียนขึ้นด้วยจุดประสงค์อะไร รู้จักการแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็นและการชี้นำของผู้สร้างและเขียนข่าว ไม่ใช่ข้อคิดในการรับข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งรู้จักการตรวจสอบข่าวปลอมที่มักเผยแพร่ทางสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อได้ไม่ตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี

พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการรับรู้และเชื่อข่าวสารโดยขาดทักษะการรู้เท่าทันข่าวนั้นเป็นเรื่องสำคัญที่ไม่สมควรจะมองข้าม ข่าวสารที่ไม่มีความจริงหรือที่เรียกว่าข่าวปลอม (Fake news) ที่เผยแพร่ทางสื่อสังคมออนไลน์นั้น สามารถส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวมได้ เนื่องจากข่าวปลอมมีการบิดเบือน ใส่ร้าย และชี้นำ จนอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสน และขัดแย้งจนอาจส่งผลให้เกิดความวุ่นวายในสังคมได้



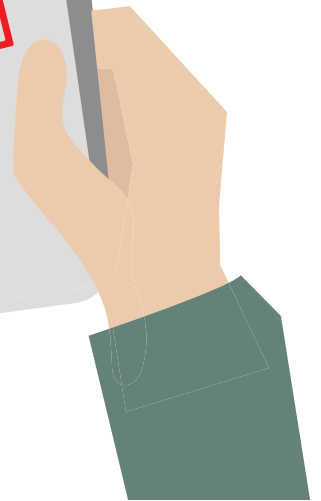
ข่าวปลอมคืออะไร

ปัจจุบันยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอนของข่าวปลอม (Fake news) ผู้ให้คำนิยามก็ตีความหมายของข่าวปลอมแตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม ความหมายกว้าง ๆ ของข่าวปลอมคือ “ข่าวที่ไม่จริง” เนื้อหาของข่าวปลอมอาจมีข้อเท็จจริงเพียงเล็กน้อยหรือเพียงบางส่วนแต่ขาดบริบทของรายละเอียด หรืออาจเป็นข่าวที่ไม่มีมูลความจริงเลย เนื้อหาของข่าวเป็นเรื่องที่ก่อกวนหรือไม่มีข้อเท็จจริง ไม่มีแหล่งข่าวหรือคำพูดที่ตรวจสอบได้ ข่าวปลอมบางประเภทก็อาจมีเนื้อหาที่ตรวจสอบได้จริง แต่มีลักษณะการเขียนด้วยอคติ จงใจให้ร้าย หรือไม่ใส่รายละเอียดที่สำคัญต่อเหตุการณ์ลงในเนื้อหา หรือนำเสนอจากมุมมองด้านเดียว บางครั้งข่าวปลอมก็เป็นโฆษณาชวนเชื่อที่จูงใจเขียนขึ้นมาเพื่อชักนำคนอ่าน โดยมีแรงจูงใจทางการเมือง หรืออาจเป็นเพียงแค่ “พาดหัว ยั่วให้คลิก” (Clickbait) ที่เขียนล่อให้คนเข้ามาอ่านเพื่อเพิ่มยอดวิวโดยมีแรงจูงใจทางการเงินอยู่เบื้องหลัง อย่างไรก็ตามข่าวปลอมมีลักษณะกว้าง ๆ 3 ข้อ คือ

ลักษณะกว้างๆ ของข่าวปลอม

- มีข้อมูลเท็จ ไม่ว่าจะมียุทธศาสตร์เพียงบางส่วนหรือปราศจากข้อเท็จจริงเลย
- กระตุ้นให้เกิดการแชร์ออกไป
- เจตนาที่จะบิดเบือนหรือปิดบังความจริง ด้วยการใช้อารมณ์มากกว่าตรรกะ กระตุ้นอคติของผู้อ่าน

FAKE NEWS



นอกจากข่าวปลอมจะแบ่งประเภทตามระดับความรุนแรงของเนื้อหาแล้ว พิจิตรา สีคาโมโต้ เสนอว่าข่าวปลอมยังสามารถแบ่งตามเจตนาความตั้งใจของผู้ส่งสารหรือผู้สร้างข่าวได้อีก 3 ประเภทคือ

3

ประเภท



Mis-information

การแชร์ข่าวปลอมโดยไม่ได้ตั้งใจ ผู้ส่งสารไม่มีเจตนาปั่นป่วนหรือทำร้ายใคร แต่แชร์เพราะความไม่รู้

Dis-information

เป็นข่าวปลอมที่ตั้งใจปั่นป่วน ให้อารมณ์ โจมตีผู้อื่นมีเจตนาที่จะชักนำความคิดของสังคม และปิดบังความจริง

Mal-information

ข่าวปลอมที่สร้างความเกลียดชัง เป็นข่าวที่มีข้อเท็จจริงอยู่บ้างแต่เจตนาสร้างขึ้นเพื่อดูถูกเหยียดหยาม สร้างความเกลียดชังให้ผู้ตกเป็นข่าว ข่าวประเภทนี้ส่งผลกระทบร้ายแรงที่สุด เช่น การล่าแม่มดในโลกออนไลน์ การสื่อสารที่สร้างความเกลียดชัง มีการแบ่งเขาแบ่งเรา

ข่าวปลอมอยู่ภายในระบบนิเวศขนาดใหญ่ของข้อมูลที่ผิดพลาดและบิดเบือน การทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิด อาจเกิดโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ได้ แต่การบิดเบือนข้อมูลเป็นข้อมูลที่เท็จที่สร้างขึ้นโดยเจตนาและ แพร่กระจาย เพื่อสร้างอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสาธารณชนหรือปิดบังความจริง ในการจำแนกประเภทของข่าวปลอม The European Association for Viewers Interests (EAVI) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่สนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อได้แบ่งประเภทข่าวปลอมและข่าวที่สร้างความเข้าใจที่ผิดดังนี้



1 ข่าวพาดหัว ยั่วให้คลิก หรือ คลิกเบท (Clickbait) ข่าวที่ใช้คำหรือรูปภาพพาดหัวที่ทำให้ดูชวนสงสัยใคร่รู้ หรือดึงดูดใจให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไปคลิกเข้าไปอ่าน ผู้สร้างข่าวอาศัยประโยชน์จากความสงสัย โดยให้ข้อมูลเล็ก ๆ น้อย ๆ พอชวนให้ผู้อ่านสงสัย แต่ไม่พอจะขจัดความสงสัยนั้น จนต้องคลิกเข้าไปดูเนื้อหาอื่น ๆ ทั้งที่เนื้อหาข่าวอาจไม่คำนึงถึงคุณภาพหรือความถูกต้องของข้อมูล แต่การพาดหัวทำให้คนหลงกลคลิกเข้าไปเพื่อเรียกยอดวิวในเว็บไซต์นั่นเอง

4 ข่าวล้อเลียนและเสียดสี (Satire and Hoax) ข่าวที่ดัดแปลงข้อมูลเพื่อมุ่งสร้างอารมณ์ขันให้กับผู้อ่าน ใช้เนื้อหาที่ตลกขบขันเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข่าวในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านการล้อเลียนหรือเสียดสี



5 ข่าวที่ผิดพลาด (Error) บางครั้งแม้แต่ข่าวที่เผยแพร่จากสำนักข่าวออนไลน์ที่เชื่อถือได้ ก็อาจมีความผิดพลาดได้เช่นกัน เช่น การเขียนข้อความที่ผิด ชื่อบุคคลหรือรูปภาพผิดจากเนื้อหาจริง ๆ ซึ่งทำให้ผู้รับสารเข้าใจไปในทิศทางอื่น หรือไม่เข้าใจในข่าวนั้น



2 โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มุ่งชักจูงทัศนคติของผู้รับสารต่ออุดมการณ์หรือมุมมองบางอย่างโดยการนำเสนอการให้เหตุผลเพียงข้างเดียว การโฆษณาชวนเชื่อมักทำซ้ำและกระจายในสื่อหลายชนิดเพื่อหวังผลให้ผู้รับสารเชื่อและคล้อยตาม อุดมการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ



3 ข่าวแฝงการโฆษณา (Sponsored content, Native Advertising) รูปแบบโฆษณาที่ใช้รูปแบบเนื้อหาแนบเนียนกับเนื้อหาปกติในเว็บไซต์นั้น ๆ หรือแนบเนียนไปกับสิ่งแวดล้อมของแพลตฟอร์มของสื่อ นั้น ๆ ที่เป็นอยู่ พร้อมทำหน้าที่ให้เนื้อหาที่คนต้องการรับรู้ หรือรับชม โดยไม่ทราบว่าเป็นโฆษณาจนกว่าจะได้อ่าน/ดูจบ ข่าวแฝงการโฆษณา นี้ จะทำการแฝง (Tie-in) เรื่องราวของแบรนด์และสินค้าไม่มากเกินไป ทำให้คนอ่านหรือคนเสพสื่อ นั้น รู้สึกว่าไม่ได้อ่านโฆษณาอยู่ เนื้อหาคอนเทนต์นั้น อาจจะเป็นทั้งการผลิตโดยผู้ลงโฆษณา หรือเป็นการร่วมกันผลิตระหว่างผู้โฆษณาและเจ้าของช่องทาง





6 ชาวเอียงเลือกข้าง (Partisan) เป็นชาวบิตเป็นชาวสาร มักจะเลือกข้างโดยนำเสนอข่าววิพากษ์วิจารณ์ในทางลบต่อฝ่ายที่ตนเองไม่ชอบ ในขณะที่ฝ่ายที่ตนเองสนับสนุน จะเสนอข่าวชื่นชมเกินจริง โดยเฉพาะด้านการเมือง

8 วิทยาศาสตร์ลวงโลก (Pseudoscience)

คือ ข้อเขียนที่อ้างว่าเป็นทั้งวิทยาศาสตร์และข้อเท็จจริง แต่จริง ๆ แล้วขัดแย้งหรือเข้ากันไม่ได้กับกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ หรือไม่มีหลักฐานหรือความเป็นไปได้ใด ๆ มาสนับสนุน ไม่สามารถทำการตรวจสอบหรือขาดฐานความเป็นวิทยาศาสตร์ ในแวดวงข่าว วิทยาศาสตร์ลวงโลกจะมาในรูปแบบของบทความทางการแพทย์หรือบทความสุขภาพที่แฝงโฆษณาการรักษาหรืออุปกรณ์เพื่อสุขภาพ โดยแอบอ้างว่าผ่านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์แล้ว มีการสร้างภาพผู้เชี่ยวชาญขึ้นมาเพื่อให้ดูน่าเชื่อถือ



7 ทฤษฎีสมคบคิด (Conspiracy theory)

เป็นเรื่องเล่าหรือบทความที่สร้างขึ้นมาจากความคิดของคน หรือกลุ่มคนที่นำเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกัน ทฤษฎีสมคบคิดอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยอาศัยข้อมูลที่ไม่มีความเชื่อมโยงกัน เช่น เครื่องบินพาณิชย์ที่หายไปจากจอร์เจียอย่างไร้ร่องรอยเกิดจากมนุษย์ต่างดาวลักพาตัวไป



ทฤษฎีสมคบคิดยังอาจมีวัตถุประสงค์ซ่อนเร้นอื่น ๆ เพื่อให้ประโยชน์ ให้โทษต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งใด เช่น เครื่องบินที่หายไปนั้นโดน CIA ยึดไว้เพราะต้องการของสำคัญที่อยู่ในเครื่องบิน

9 ข่าวที่ให้อข้อมูลผิด ๆ (Misinformation)

คือ ข่าวที่ไม่ได้ตรวจสอบให้แน่ชัดเสียก่อน ข้อมูลอาจมีทั้งจริงและเท็จผสมกัน ผู้ส่งสารตั้งใจจะส่งข่าวออกไป แต่อาจจะไม่ได้ตระหนักว่าข่าวนั้นมีข้อมูลที่ผิดพลาดอยู่ เช่น ข่าวลือ



10 ข่าวปลอม (Bogus)

คือ ข่าวปลอมที่เจตนาในการสร้างขึ้นและจงใจให้แพร่กระจาย มีวัตถุประสงค์เพื่อหลอกลวง อาจมีเนื้อเรื่อง ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเท็จมาประกอบกัน อาจรวมถึงการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าวหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ทุกวิธีการที่จะทำให้ข่าวนั้นดูเป็นข่าวปลอมที่สมบูร์มมากขึ้น



ประเภทของข่าวปลอม

อย่างไรก็ตาม ประเภทของข่าวปลอมอาจไม่ได้แบ่งแยกกันเป็นอิสระที่ชัดเจน แต่คาบเกี่ยวกันได้ เช่น ชาวเอียงเลือกข้างอาจจัดเป็นโฆษณาชวนเชื่อก็ได้ หรือโฆษณาชวนเชื่ออาจอยู่ในกลุ่มของข่าวแฝงโฆษณาก็ได้ ข่าวหลอกลวงอาจจะใช้คลิกเบตเพื่อดึงดูดความสนใจคนอ่านได้เช่นกัน

รูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอม

สำหรับลักษณะเนื้อหาของข่าวปลอมนั้น First Draft News ซึ่งเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอม ร่วมกับโซเซียลมีเดีย และ Publisher อีกกว่า 30 ราย รวมถึง เฟซบุ๊ก, ทวิตเตอร์, New York Times หรือ BuzzFeed ได้จัดรูปแบบเนื้อหาของข่าวปลอมไว้ 7 แบบโดยเรียงตามระดับความรุนแรงจากน้อยไปหามาก ดังนี้



เนื้อหาล้อเลียนเสียดสี (Satire or Parody)

ข่าวล้อเลียน ไม่ได้มีเจตนาในการสร้างความเข้าใจผิดหรือต้องการให้ผู้อ่านหลงเชื่อ แต่ต้องการล้อเลียน หรือทำให้ขบขัน มักเป็นการล้อเลียนเหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือล้อเลียนคนมีชื่อเสียง โดยมักมีการจัดหน้าเลียนแบบหรือรูปแบบให้เหมือนข่าวจริง จนบางครั้ง ผู้อ่านหลงเชื่อว่าเป็นข่าวจริงได้ เช่น บทความใน “ผู้จัดกวน” หรือในเว็บไซต์ “ข่าวปด” จริง ๆ แล้วข่าวล้อเลียนไม่ใช่ข่าวปลอม แต่การที่ผู้อ่านอาจขาดความรู้ความเข้าใจ จึงทำให้ข่าวล้อเลียนมีคุณลักษณะถูกจัดว่าเป็นข่าวปลอมได้เช่นกัน ข่าวประเภทนี้มีระดับความรุนแรงน้อยที่สุด



เนื้อหาไม่ตรงพาดหัว (False connection)

เรียกอีกอย่างว่า พาดหัว ชั่วให้คลิก (Clickbait) คือข่าวมีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ผิด พาดหัวข่าวรูปภาพ หรือคำบรรยาย ไม่ได้เชื่อมโยงกับเนื้อหาข่าวจริงๆ เป็นการโยงสองสิ่งไม่ได้เกี่ยวข้องกันเลยแต่ถูกนำมากล่าวถึงในข่าวเดียวกันหรือทำให้มาเชื่อมโยงกัน โดยพาดหัวมักจะเป็นการเร้าอารมณ์ดึงดูดให้คนเข้ามาอ่าน เนื่องจากปัจจุบัน ผู้อ่านมักจะมีช่วงความสนใจที่สั้นลง จึงทำให้สำนักข่าวออนไลน์ เน้นพาดหัวข่าวให้หวือหวา หรือใช้รูปที่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าวเพื่อดึงความสนใจให้คนกดเข้ามาอ่าน



เนื้อหาชี้นำ (Misleading)

เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อเท็จจริงแต่จงใจบิดเบือนเรื่องราวหรือใส่ร้ายผู้อื่นให้เข้าใจผิดโดยการชี้นำไปในทางใดทางหนึ่ง เป็นการเขียนข่าวโดยใช้อคติของผู้เขียน เช่น ข่าวรัฐบาลปลดล็อกกัญชาเสรีที่นักข่าวเจตนาชี้นำให้คนอ่านเข้าใจผิดว่ารัฐบาลจะทำให้การเสพกัญชาถูกกฎหมาย ทั้งที่ในความจริงเป็นการเปิดโอกาสให้สามารถนำกัญชาไปใช้ประโยชน์ทางการแพทย์



เนื้อหาที่ผิดบริบท (False Context)

เป็นข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลจริงแต่นำบริบทอื่นที่ไม่เกี่ยวกับเนื้อหานั้นมาเชื่อมโยงทำให้คนตีความผิด เช่น เนื้อหาของข่าวเป็นเรื่องจริงแต่นำภาพประกอบจากแหล่งอื่นมาประกอบ เช่น ข่าวกัญชาจับกุมเหลือมเข้าบ้าน เนื้อข่าวเป็นเรื่องจริง แต่นำภาพประกอบของนาคอนดาจากภาพยนตร์มาประกอบ ซึ่งทำให้คนเข้าใจผิดว่างูเหลือมที่ถูกจับนั้นตัวใหญ่มาก



เนื้อหาแอบอ้าง (Impostor)

คือข่าวที่มีการแอบอ้างบุคคล แหล่งข้อมูลหรือแหล่งข่าวที่ไม่จริง หรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ ข่าวปลอมประเภทนี้มักเป็นข่าวออนไลน์ที่สร้างรูปแบบให้เหมือนสำนักข่าวจริง ๆ หรือแอบอ้างชื่อสำนักข่าวที่มีชื่อเสียง ซึ่งทำความสับสนให้ผู้อ่านอย่างมาก เช่น แอบอ้างเป็นสำนักข่าว CNN โดยใช้รูปแบบและชื่อโดเมนที่ใกล้เคียงกับของเว็บไซต์ของ CNN



เนื้อหาหลอกลวง (Manipulated)

คือข่าวตัดต่อ หรือข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลหรือภาพข่าวจริง ๆ แต่ถูกดัดแปลงด้วยการปลอมหรือตัดต่อ เพื่อสร้างเรื่องหลอกลวง เช่น ภาพของ อดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา George W. Bush อ่านนิทานกับเด็กในโรงเรียนแห่งหนึ่ง แต่เขากลับถือหนังสือกลับหัว แต่ความจริงแล้วมันเป็นภาพตัดต่อที่สร้างขึ้นมา และในภาพจริงนั้นเขาถือหนังสือถูกต้อง



เนื้อหาถูกขึ้นมา (Fabricated)

คือข่าวที่ถูกเรื่องขึ้นมาทั้งหมด เป็นข้อเท็จจริง 100% มีเจตนาที่จะหลอกลวงหรือใส่ร้ายข่าวถูกสร้างขึ้นมาโดยผู้ไม่หวังดี โดยอาจจะทำเองหรือจ่ายเงินจ้างให้ผู้อื่นทำเพื่อหวังผลให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้าง เช่น การนำเสนอข่าวว่า ผู้มีชื่อเสียงบางคนได้เสียชีวิตแล้ว ทั้งที่เจ้าตัวยังมีชีวิตอยู่ ส่วนใหญ่ข่าวมักมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง เช่น ข่าวรัฐมนตรีตีหมาแพ่แก้วละหมื่นสองพันบาท ข่าวประเภทนี้มีระดับความรุนแรงมากที่สุด

ข่าวปลอมถูกสร้างขึ้นทำไม?

ปัจจุบันข่าวปลอมถูกสร้างโดยใครก็ได้ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เนื่องจากเทคโนโลยีปัจจุบันทำให้การสร้างข่าวที่ดูเหมือนจริงทำได้ง่ายยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการตัดต่อภาพ ทำวิดีโอ สร้างเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มที่ดูเหมือนข่าวจริงๆ และข่าวเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องหรือกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการ ยิ่งไปกว่านั้นความเป็นนิรนามของสื่อออนไลน์ทำให้คนเหล่านี้ปกปิดตัวตนที่แท้จริงได้ และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตยังทำให้ข่าวปลอมง่ายต่อการเข้าถึงและแพร่สะพัดได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง เรื่องที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าใครเป็นคนสร้างข่าวคือแรงจูงใจของพวกเขา การสร้างข่าวปลอมของนักสร้างข่าวเกิดจากเหตุผลและแรงจูงใจได้มากมาย เช่น ความเกลียดชัง คับแค้นใจ เผยแพร่อุดมการณ์ ใส่ร้ายคู่แข่ง ขายนสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตาม แรงจูงใจหลักของการสร้างข่าวปลอมมี 3 อย่างคือ



FAKE NEWS



ลือเลียดเสียดสี 1

ผู้สร้างข่าวปลอมต้องการให้เกิดความขบขัน โดยการล้อเลียนหรือเสียดสีผู้มีอำนาจ คนที่มีชื่อเสียง หรือเหตุการณ์ปัจจุบัน เนื่องจากเป็นการง่ายกว่าที่ทำให้ผู้อ่านสนใจที่ตัวบุคคล แทนที่จะเป็นการเสนอความเห็นหรืออภิปรายเรื่องนโยบายที่ซับซ้อน เช่น ข่าวล้อเลียนในหนังสือพิมพ์ผู้จัดกวน



สร้างอิทธิพลต่อความคิดความเชื่อ 2

ผู้สร้างข่าวปลอมอาจมีอคติ หรือมีทัศนคติที่เอนเอียงเลือกข้าง จึงต้องการชี้นำผู้อ่านให้คล้อยตามโดนการบิดเบือนข้อมูล เนื้อหาข่าวอาจจะเป็นการชื่นชมบุคคลหรือฝ่ายที่ตนเองชอบเกินจริง หรือใส่ร้ายฝ่ายตรงข้าม เช่น การพาดหัวข่าวที่ใส่ “ความเห็นส่วนตัว” ลงไปในลักษณะชี้นำผู้อ่าน ถึงแม้เนื้อหาของข่าวนั้นจะมีความจริงอยู่บ้าง



สร้างรายได้ 3



ที่สำคัญข่าวปลอมสามารถสร้างรายได้ให้คนทำได้ ในการแข่งขันทางการเมืองหรือทางธุรกิจ อาจมีผู้ว่าจ้างให้คนทำข่าวปลอมเพื่อใส่ร้ายฝ่ายตรงข้ามด้วยการบิดเบือนข้อมูลและเผยแพร่ในโลกออนไลน์ ในโลกอินเทอร์เน็ต ข่าวที่มีคนเข้าไปอ่านมากจะทำรายได้จากโฆษณา ยิ่งคนเข้าไปอ่านข่าวมากเท่าไร ก็ยิ่งเพิ่มโอกาสที่โฆษณาในหน้านั้นจะถูกเห็น และทำให้ผู้ดูแลเว็บไซต์นั้นมีรายได้ ผู้ดูแลจึงมักใช้พาดหัวข่าวในลักษณะคลิกเบท ในบางกรณี ผู้สร้างข่าวปลอมหลอกให้ผู้อ่านชมคลิปข่าวปลอมเป็นจำนวนหลักหมื่น แล้วเว็บไซต์เหล่านี้ได้ควบคุมบัญชีเฟซบุ๊กของผู้หลงเข้าไปเพื่อไปใช้ประโยชน์ทางการค้า ปกอดตูดคลิก ก็จะต้องลงชื่อเข้าใช้เฟซบุ๊ก ปกอดตูดอนุญาตในเฟซบุ๊ก คนสร้างเว็บปลอมนั้นก็จะใช้เฟซบุ๊กของเหยื่อเป็นบอท (หุ่นยนต์) และนำไปเป็นใช้เป็นส่วนหนึ่งของกองทัพโลกของเขา เพื่อขายโลค์อีกต่อหนึ่ง



ทำไมคนถึงหลงเชื่อข่าวปลอม

มีเหตุผลมากมายที่ผู้อ่านหลงเชื่อข่าวปลอม ส่วนใหญ่มักจะลืมตั้งคำถามที่สำคัญเมื่อกำลังอ่านข่าว อีกทั้งข่าวปลอมยังถูกสร้างได้แนบเนียนจนเราไม่ผิวิตสังเกต ผู้อ่านข่าวที่ไม่รู้เท่าทันข่าวปลอมมักหลงเชื่อด้วยสาเหตุต่อไปนี้

1. ตกหลุมพราง ผู้อ่านมีแนวโน้มที่จะแชร์ข่าวปลอมที่ตรงกับความคิดความเชื่อของตนเองอยู่แล้ว คนสร้างข่าวปลอมตั้งใจแต่แรกที่จะหลอกผู้อ่านข่าว พวกเขาจึงสร้างข่าวปลอมที่เร้าอารมณ์ดึงความสนใจกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้สึกร่วมไปกับการขึ้นนำของผู้สร้าง ผู้อ่านที่มีประสบการณ์ร่วมพร้อมที่จะเชื่อและแชร์ต่อ โดยเฉพาะเมื่อเป็นข่าวที่ตรงข้ามกับข้อเท็จจริงของตนเอง พวกเขา รู้สึกว่าต้องมีปฏิกิริยาตอบกลับบางอย่างใดอย่างหนึ่งต่อประเด็นเนื้อหาที่ข่าวนำเสนอด้วยการกดชอบ/ไม่ชอบ ส่งต่อ แชร์ หรือแสดงความคิดเห็นต่อข่าวนั้น ทำให้ข่าวปลอมได้รับความสนใจมากขึ้น

2. ไม่สามารถแยกแยะข่าวบนหน้าเว็บ จากที่เมื่อก่อนข่าวสารได้การเผยแพร่ผ่านสื่อดั้งเดิมอย่างหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์ซึ่งมีกระบวนการการคัดกรองข่าวอยู่แล้วและผู้รับสารมักจะคุ้นเคยกับสื่อเหล่านี้เป็นอย่างดี จึงพอจะแยกแยะได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวปลอมหรือไม่ใส่ใจมากนัก แต่ในปัจจุบันที่ผู้อ่านข่าวส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ข่าวปลอมถูกทำให้กลมกลืนกับข่าวจริง ไม่ว่าจะในรูปแบบการจัดหน้า หรือการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าว จึงทำให้ผู้อ่านสับสนและยากที่จะแยกแยะข่าวปลอม

3. เป็นกลไกของความเชื่อ เมื่อมีเพื่อนหรือคนในครอบครัวส่งต่อข่าวมาให้อ่านผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ ผู้อ่านมักจะไม่ตระหนักหรือใช้วิจารณญาณในการตรวจสอบข่าวนั้น ๆ ก่อน เพราะคิดว่าผู้ส่งคงกลั่นกรองมาเรียบร้อยแล้ว ในกรณีข่าวที่เขียนโดยคอลัมนิสต์จากสำนักข่าว บล็อกเกอร์ หรือผู้ดูแลแฟนเพจรายงานข่าวในเฟซบุ๊กก็เช่นเดียวกัน หากเป็นบุคคลที่ผู้อ่านข่าวชื่นชมและติดตาม พวกเขา ก็จะพร้อมที่จะเชื่อข่าวที่นำเสนอมาได้โดยง่ายตาย หากข่าวนั้นตรงกันกับความคิดความเชื่อของพวกเขา เช่น ข่าวที่นำเสนอผ่านแฟนเพจ Drama Addict หรือ CSI LA

4. ข่าวปลอมเล่นกับความรู้สึก ผู้สร้างข่าวปลอมฉลาดที่จะเล่นกับความรู้สึกของผู้อ่าน ด้วยการเน้นพาดหัวที่หวือหวา เนื้อข่าวที่เร้าอารมณ์ เช่น ความไม่ยุติธรรมในสังคม การเอาเปรียบทางชนชั้น ขวาลับลวงพราง พวกเขา รู้ว่าคนอ่านจะถูกกระตุ้นอารมณ์ให้มีปฏิกิริยาต่อข่าวนั้น ๆ เช่นการกดเข้าไปอ่าน กดไลค์ แสดงความเห็นและช่วยแชร์ข่าวออกไป

5. ผู้อ่านมีช่วงความสนใจสั้น อีกหนึ่งกลวิธีที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวปลอมหรือข่าวที่มีคุณภาพต่ำคือการหาผลประโยชน์จากพฤติกรรม ‘นักอ่านเวลาน้อย’ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่เราได้รับในแต่ละวันมีจำนวนมากมหาศาล ผู้คนจึงมักใช้เวลาอ่านเพียงพาดหัวข่าวหรือข้อความย่อหน้าแรกก่อนแชร์เรื่องราว นั้นต่อ ผู้ประสงค์ร้ายจึงฉวยโอกาสนี้ด้วยการเขียนพาดหัวข่าวและย่อหน้าแรกที่ตรงไปตรงมาและประกอบด้วยข้อเท็จจริง โดยเรื่องราวส่วนที่เหลือเป็นข่าวปลอมและข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง

ผลสำรวจของ EDTA ในปี 2561

ผู้ใช้งานคนไทยนิยมใช้อินเทอร์เน็ตโดยมีจำนวนชั่วโมงการใช้งานโดยเฉลี่ยสูงถึง

10 ชม. 5 นาที ต่อวัน



และมีพฤติกรรมการเสพข่าวจากโลกสื่อออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่มักพบข่าวปลอมแพร่ระบาดบนโลกโซเชียล

ผลวิจัยจากโครงการคอนเนกเต็ดไลฟ์

คนไทย 40%

กลับเชื่อถือข้อมูลที่รับจากช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในภูมิภาค กลุ่มผู้อ่านที่ค่อนข้างสูงอายุคือกลุ่มคนที่แชร์ข่าวปลอมมากที่สุด



บริษัทวิจัย YouGov ที่ได้ทำการวิจัยพฤติกรรมของผู้ใช้งาน Facebook ในสหรัฐ

ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่อายุ 65 ปีขึ้นไป

แชร์บทความข่าวปลอมมากกว่ากลุ่มคนวัย 45-65 ปี ไม่ต่ำกว่า 2 เท่า และมากกว่ากลุ่มวัย 18-29 ปี เกือบ 7 เท่า เนื่องจากคนกลุ่มนี้เพิ่งเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตตอนอายุมากแล้วขาดทักษะเรื่องความเท่าทันสื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัล ไม่ทันคิดว่าภาพ เสียงและวิดีโอสมัยนี้ตัดต่อให้ดูเหมือนจริงได้ หรือไม่ทันยุคสมัยโดยเชื่อโดยสนิทว่าข่าวทุกข่าวที่นำเสนอได้ผ่านการกลั่นกรองมาแล้ว ไม่ทันคิดว่าจะมีผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวปลอมมาเพื่อหลอกคนอื่น



ผลกระทบของข่าวปลอม

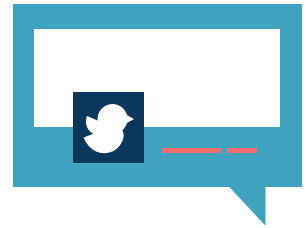
- ข่าวปลอมไม่ใช่ปรากฏการณ์ใหม่แต่มีมานานแล้ว เช่น ที่เรารู้กันดีคือข่าวปลอมที่ปล่อยออกมาทุกปีในวันโกหกแห่งชาติ (April Fool's Day) ซึ่งมีจุดประสงค์จะสร้างความขบขัน ไม่ทำร้ายใคร และผู้อ่านข่าวสามารถแยกแยะได้เกือบจะทันทีว่าเป็นข่าวตลกขบขัน



- ข่าวปลอมจะไม่ใช่อันตรายมากตราบที่ผู้สร้างข่าวไม่ได้มีเจตนาร้าย แต่ข่าวปลอมเริ่มเป็นหัวข้อที่พูดถึงอย่างมากในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากข่าวปลอมได้ส่งผลกระทบต่อผู้คนและสังคมมากขึ้น และผู้สร้างข่าวมักมีเจตนาแอบแฝง ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลและอินเทอร์เน็ตทำให้การสร้างข่าวปลอมทำได้ง่าย เผยแพร่ได้รวดเร็วและมีผู้รับสารอยู่ตลอดเวลา



- จากการศึกษาข้อความในทวิตเตอร์ 126,000 ข้อความ ที่ทวีตกว่า 4.5 ล้านครั้ง โดยผู้ใช้งาน 3.5 ล้านคน ตั้งแต่ปี 2006-2017 โดยนักวิจัย MIT พบว่าข่าวปลอมสามารถแพร่กระจายได้รวดเร็วกว่าข่าวจริงถึง 100 เท่า โดยข่าวปลอมมีคนเข้าถึงประมาณ 1,000-100,000 คน ในขณะที่ข่าวจริงมีคนเข้าถึงเพียง 1,000 คนเท่านั้น และข่าวปลอมมักถูกทวีตมากกว่าข่าวจริงถึง 70%



- อีกทั้งรูปลักษณ์ของข่าวปลอมยังยากที่จะแยกแยะออกจากข่าวจริงต่างจากสมัยก่อนนี้มาก จากข้อมูลการศึกษาของ YouGov ซึ่งได้รับการสนับสนุนโดย เฟซบุ๊ก ระบุว่าในประเทศไทย มีเพียงจำนวนร้อยละ 42 ของผู้ตอบแบบสอบถามบอกว่าพวกเขามั่นใจว่าตัวเองสามารถระบุข่าวปลอมได้

- ตลอดปี 2559 ศูนย์ข่าวร์ก่อนแฮร์ในประเทศไทยสามารถเก็บข้อมูลได้ว่ามีข่าวปลอมรวมกว่า 300 หัวข้อ และพบว่าแต่ละหัวข้อมีการไลค์และแชร์บนเฟซบุ๊กรวมกันอยู่ในหลักแสน การที่ข่าวปลอมแพร่กระจายได้รวดเร็วและยากต่อการแยกแยะก่อให้เกิดผลกระทบต่อทั้งบุคคลและสังคมเป็นอย่างมาก กล่าวคือ...



1. ผลกระทบต่อความคิดและความเชื่อ เป็นผลกระทบที่ชัดเจนและสำคัญที่สุด เพราะข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพลต่อโลกทัศน์ต่อผู้อ่าน และผู้รับสารตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้รับ พวกเขาจะมีทัศนคติต่อผู้คนและต่อเหตุการณ์อย่างไรก็ขึ้นอยู่กับว่าเขาได้รับข้อมูลแบบไหน ถ้าข้อมูลที่พวกเขาได้รับเป็นข่าวปลอม ข่าวบิดเบือน หรือข่าวที่ก่อกวน พวกเขาไม่สามารถใช้การวิจารณ์ญาณได้ถูกต้องเนื่องจากขาดข้อเท็จจริง และส่งผลกระทบต่อจิตใจของพวกเขา ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจระดับชาติ เช่น การเลือกตั้ง หรือระดับส่วนตัว เช่น การเลือกใช้จ่ายสมุนไพรรักษา มะเร็ง

3. ผลกระทบด้านอารมณ์ความรู้สึก ข่าวคลิกเบทอาจสร้างความหงุดหงิดให้ผู้อ่าน เมื่อพบว่าเนื้อหาข่าวไม่ได้มีอะไรน่าสนใจอย่างที่รูปภาพหรือพาดหัวดึงดูดให้เข้ามาอ่าน ข่าวปลอมที่สร้างขึ้นมามีความตลกขบขันก็อาจทำให้ผู้อ่านเกิดความกลัวและวิตกกังวล เช่น ข่าว พยากรณ์อากาศ ภัยพิบัติที่ไม่มีมูลความจริง หรือข่าวแกล้งกันเล่นว่ามิฆาตกรโรคจิตกำลังออกอาละวาดในละแวกบ้าน

5. ผลกระทบด้านความรุนแรง ข่าวลือที่ร้ายอารมณ์และโจมตีใส่ร้ายบุคคลอาจก่อให้เกิดความรุนแรง ผู้ที่ถูกกล่าวหาอาจถูกถ่มน้ำกรดทางออนไลน์เพราะความเข้าใจผิด หรืออาจถูกข่มขู่ คุกคาม และทำร้ายในชีวิตจริงได้ เช่น ในอินเดีย เมื่อปี 2018 มีรายงานผู้เสียชีวิตอย่างน้อย 29 คน จากการถูกฝูงชนรุมทำร้าย ผู้เสียชีวิตส่วนใหญ่มักถูกลือว่าเป็นพวกลักพาตัวเด็ก โดยผู้ทำร้ายได้รับข่าวปลอมที่ส่งต่อกันทางอินเทอร์เน็ต และเข้าใจผิด

ลักษณะปัญหาของการสร้างและแพร่กระจายข่าวปลอมทางอินเทอร์เน็ตนั้นยากที่จะระบุแหล่งที่มาของการสร้างข่าว และควบคุมการแพร่กระจายที่เกิดขึ้นได้ ในเวลารวดเร็วและวงกว้าง ผลกระทบของข่าวปลอมยังทำให้เกิดความขัดแย้งและสับสนในสังคม การจัดการกับข้อมูลที่ไม่น่าเป็นความจริงและข่าวปลอมเป็นปัญหาที่ซับซ้อนและจำเป็นต้องบูรณาการความร่วมมือกันระหว่าง ภาคประชาสังคมและรัฐบาล นักวิชาการ รวมถึงองค์กรด้านเทคโนโลยีและสื่อมวลชน

2. ผลกระทบด้านการเงินและสุขภาพ ข่าวปลอมที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีรายได้เป็นแรงจูงใจจะชักจูงให้ผู้รับสารจ่ายเงินเพื่อสินค้าและบริการ และหากสินค้าและบริการนั้นไม่ได้คุณภาพก็อาจส่งผลเสียต่อร่างกายและสุขภาพของผู้หลงเชื่อด้วย เช่น ข่าวปลอมที่ชักชวนให้คนอ่านมาลงทุน เพื่อจะได้รับผลตอบแทนที่ฟังดูเกินจริง หรือโฆษณาผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนที่นำเสนอในรูปแบบของวิทยาศาสตร์ลวงโลกให้คนคล้อยตาม ก็อาจทำให้ผู้หลงเชื่อ ไม่เพียงเสียเงินแต่ยังส่งผลเสียต่อร่างกายอีกด้วย

4. ผลกระทบด้านทัศนคติ ข่าวปลอมที่เอนเอียงเลือกข้าง หรือข่าวที่น่าอาจสร้างอคติและทัศนคติเชิงลบแก่บุคคลหรือกลุ่มคนที่ถูกใส่ร้ายอย่างไม่เป็นธรรม เช่น โฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง ข่าวต่อต้านรัฐบาล หรือข่าวที่สร้างความเกลียดชังต่อคนที่มีอัตลักษณ์ทางสังคมที่แตกต่างจากคนส่วนใหญ่ เช่น กลุ่มเกย์ ชาวมุสลิม หรือคนต่างด้าว

6. ผลกระทบต่อสื่อวิชาชีพ ข่าวปลอมสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงเว็บไซต์ที่ถูกเลียนแบบนับตั้งแต่ช่วงปี 2016 หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ข่าวสด และมติชน ต่างเข้าแจ้งความกับเว็บไซต์เลียนแบบเพื่อหลอกลวงผู้อ่าน โดยปัญหาหนึ่งในการรับมือกับเว็บปลอมคือ องค์กรสื่อมักจะรู้ตัวก็ต่อเมื่อเว็บปลอมเหล่านี้ได้ถูกส่งต่อและสร้างความสับสนกับผู้อ่านเรียบร้อยแล้ว

7. ผลกระทบด้านสังคม เมื่อข่าวปลอมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญในสังคมแพร่ระบาด คนในสังคมจะขาด “ข้อเท็จจริง” ที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ อภิปรายและตัดสินใจในเรื่องนั้น ๆ ส่งผลทำให้เกิดความสับสน การแบ่งฝ่ายและสร้างความขัดแย้งในสังคม เพราะแต่ละฝ่ายรับรู้ชุดของข้อมูลที่ต่างกัน ข่าวปลอมยังส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้มีสิทธิโหวต เมื่อข้อมูลผิด ๆ ได้ถูกเผยแพร่ ดังเช่นในสหรัฐอเมริกา ข่าวปลอมแพร่ออกมาว่า สันตะปาปาสันสนุนผู้สมัครประธานาธิบดีคนหนึ่ง ข่าวปลอมอีกแหล่งก็เสนอว่าผู้ทำชิงอีกคนมีปัญหาด้านสุขภาพอย่างร้ายแรง ทำให้คนอเมริกันสับสนในข้อเท็จจริง ข่าวปลอมที่ปล่อยออกมาเช่นนี้อาจเปลี่ยนใจผู้มีสิทธิลงคะแนนเสียงในทิศทางต่างๆ ได้ ชาวโฆษณาชวนเชื่อของรัฐบาลเองก็มีผลกระทบต่อความคิดของสังคมเช่นกัน เช่น ข่าวชวนชักชวนให้ลงประชามติรับร่างรัฐธรรมนูญไปก่อนหากต้องการให้ประเทศมีการเลือกตั้งโดยเร็ว และทำให้ประชาชนลดความสนใจที่จะอ่านเนื้อหาของร่างรัฐธรรมนูญและสนใจการเลือกตั้งมากกว่า



ความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ในการจัดการข่าวปลอม

ทางภาครัฐก็ได้ตระหนักถึงผลร้ายของข่าวปลอม จึงได้ออกมาตรการบังคับทางกฎหมายเพื่อลงโทษผู้กระทำความผิด และได้ให้ความรู้ความเข้าใจด้านกฎหมายเพื่อที่จะเตือนไม่ให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตตกเป็นเหยื่อของผู้ไม่หวังดี เนื่องจากการนำข้อมูลปลอม ข่าวปลอม ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งหมด หรือแค่บางส่วน หรือข้อมูลอันเป็นเท็จ เข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ หรือแม้แต่การแชร์ หรือส่งต่อข้อมูลอันเป็นเท็จเหล่านั้น ล้วนมีความผิด ตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ซึ่งเป็นความผิดที่ไม่สามารถยอมความได้



สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และไลน์ อยู่ในสถานะผู้เผยแพร่เนื้อหาดิจิทัล จากการศึกษาพบว่าข่าวปลอมถูกเผยแพร่ผ่านสื่อเหล่านี้เป็นอย่างมาก บ้านสมเด็จโพลรายงานว่าระบุผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในกรุงเทพมหานครเจอข่าวปลอมจากสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ ร้อยละ 54.2 เพื่อลดจำนวนการแพร่กระจายข่าวปลอม ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์จึงได้มีแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานจะได้รับข้อมูลที่มีคุณภาพ เช่น เฟซบุ๊กลดจำนวนการเข้าถึงเนื้อหาที่เป็นข่าวปลอมและคลิกเบท ทวิตเตอร์มีการลบทวิตที่พิสูจน์ได้ว่าเป็นฝีมือบอกรวมถึงการลบแอคเคาน์ตปลอม

อีกหนึ่งวิธีในการจัดการกับข่าวปลอมและป้องกันความสับสนในข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่มากมายบนโลกอินเทอร์เน็ต คือการเสนอข้อมูลข่าวสารที่ประกอบด้วยข้อเท็จจริงผ่านการตรวจสอบแล้ว เพื่อตอบโต้ข้อมูลเท็จที่กำลังเผยแพร่อยู่ในช่วงเวลานั้น ๆ ปัจจุบันภาครัฐและเอกชนได้พยายามเสนอข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ เพื่อลดความสับสนที่เกิดจากการนำเสนอของข่าวปลอม และเปิดโอกาสให้ประชาชนสอบถาม ตรวจสอบข่าวที่กำลังเผยแพร่อยู่ในโลกออนไลน์ เช่น ศูนย์ข่าวร์ก่อนแชร์ ของสำนักข่าวไทย อสมท.



สร้างทักษะรู้เท่าทันข่าวเพื่อรับมือกับข่าวปลอม

ถึงแม้ว่าปัญหาข่าวปลอมจะได้รับการดูแลและจัดการจากภาคส่วนต่าง ๆ เช่น การออกกฎหมายลงโทษของภาครัฐ การกำกับดูแลกันเองของภาคอุตสาหกรรม การให้ความรู้และข้อเท็จจริงของภาคประชาสังคมและสื่อมวลชนที่เป็นมืออาชีพ และการวางนโยบายการใช้งานของผู้เผยแพร่เนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ แต่สิ่งที่น่ากังวลคือความไม่รู้เท่าทันข่าวสารของตัวผู้ใช้งานเองที่ตกหลุมพรางของผู้สร้างข่าวปลอม ดังนั้นผู้รับข่าวสารเองควรมีทักษะในการรู้เท่าทันสื่อ สามารถวิเคราะห์

ใช้วิจารณญาณในการรับข่าวสาร เปิดรับแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นออกจากกันได้ รู้ถึงเจตนาที่ต้องการสื่อในข่าว เมื่อผู้รับข่าวสารรู้เท่าทันข่าว ก็จะทำให้ลดจำนวนการแชร์และแพร่กระจายของข่าวปลอมได้



เฟซบุ๊ก ประเทศไทย ร่วมกับ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.), กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอี) และศูนย์ข่าวร็อก่อนแชร์ สำนักข่าวไทย อสมท. ได้ให้คำแนะนำผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในการเรียนรู้วิธีสังเกตข่าวปลอม ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบวันที่

ข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุสมผลหรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์ อย่าลืมนัดวันที่เนื้อหาลูกตีสีพิมพ์ เพราะเรามักพบเห็นผู้คนแชร์ 'ข่าว' เก่าอยู่บ่อยครั้งบนโซเชียลมีเดีย



3. สังเกตสิ่งที่ผิดปกติ

เว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่งมักสะกดคำผิดหรือมีการจัดวางรูปแบบที่ดูไม่เป็นมืออาชีพ หากเห็นลักษณะเหล่านี้ควรอ่านข่าวอย่างระมัดระวัง



5. พิจารณารูปภาพ

ข่าวปลอมมักมีรูปภาพหรือวิดีโอที่ถูกบิดเบือน บางครั้งรูปภาพอาจเป็นรูปจริงแต่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของเรื่องราว เราสามารถค้นหารูปภาพนั้นเพื่อตรวจสอบยืนยันแหล่งที่มาของรูปภาพได้



2. ตรวจสอบหลักฐาน

ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าแหล่งข้อมูลนั้นถูกต้อง ข่าวที่ไม่มีหลักฐานหรืออ้างอิงผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ระบุชื่ออาจชี้ให้เห็นว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม



4. อย่าหลงเชื่อหัวข่าวยั่ว

ข่าวปลอมมักมีข้อความพาดหัวที่สะกดตาที่ใช้ตัวหนาและเครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) หากหัวข้อข่าวฟังดูหวือหวาและไม่น่าเป็นไปได้ ข่าวนั้นก็น่าจะเป็นข่าวปลอม ข่าวปลอมและข่าวที่มีคุณภาพต่ำมักมีการพาดหัวข่าวที่กระตุ้นความรู้สึกเพื่อให้เกิดจำนวนการคลิกมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้



6. ข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่

บางครั้งเราก็แยกข่าวปลอมออกจากมุกตลกหรือข่าวเสียดสีได้ยาก ตรวจสอบดูว่าเรื่องนั้นมาจากแหล่งที่มาที่ขึ้นชื่อเรื่องล้อเลียนและเสียดสีข่าวหรือไม่ และพิจารณาว่ารายละเอียด ตลอดจนน้ำเสียงในการเล่าเรื่องฟังดูเป็นไปได้เพื่อความสนุกสนานหรือไม่





7. ตรวจสอบข้อมูลสนับสนุน

ตรวจสอบเสมอว่าข้อมูลประกอบในบทความ สนับสนุนเนื้อหาหลักของเรื่องราวอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ ทั้งนี้ต้องระวังข้อมูลที่ไม่มีบุรุษหรือข้อมูลที่ถูกลบมาเพียงแคบางส่วน หรือออกนอกบริบทสามารถนำมาเป็นเครื่องมือเพื่อบิดเบือนข้อเท็จจริงได้นอกจากนี้ เนื้อหาของข่าวปลอมมักประกอบด้วยภาษาที่กระตุ้นอารมณ์ และบางครั้งอาจเป็นภาษาที่ใช้คำรุนแรง รวมถึงใช้วิธีการเขียนที่ผิดหลักภาษา และมีการสะกดคำผิด



9. ตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับผู้เขียน

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้เขียนว่าเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือหรือมีตัวตนอยู่จริงหรือไม่ และเป็นบุคลากรที่อยู่ในแวดวงการรายงานข่าวมาเป็นระยะเวลาอย่างน้อยอย่างไร ลองอ่านเรื่องราวอื่นๆ ที่เขียนโดยผู้เขียนคนเดียวกัน



11. พิจารณาลิงก์อย่างถี่ถ้วน

ระวังเว็บไซต์ปลอมที่อ้างว่าเป็นองค์กรข่าวที่น่าเชื่อถือ ข่าวปลอมจำนวนมากเลียนแบบรูปแบบของแหล่งข่าวหรือมีตัวสะกดที่ดัดแปลงให้คล้ายกับเว็บไซต์ข่าวหลัก ควรไปที่เว็บไซต์และเปรียบเทียบลิงก์นั้นกับลิงก์ของแหล่งข่าวที่ได้รับการยอมรับ และน่าเชื่อถือได้

8. ตรวจสอบแหล่งข่าว

ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรื่องราวนั้นเขียนขึ้นโดยแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง ด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หากเรื่องราวนั้นมาจากแหล่งข่าวที่เราไม่รู้จัก ให้ตรวจสอบที่ส่วน “เกี่ยวกับ” ของเพจแหล่งข่าวนั้น เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม ตรวจสอบเนื้อหาอื่นๆ ที่ถูกนำเสนออยู่บนเว็บไซต์ แง่มุมในการนำเสนอข่าว และรายละเอียดติดต่ออื่นๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์



10. เปรียบเทียบข่าวจากแหล่งอื่นๆ

หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นที่รายงานเรื่องเดียวกัน ก็อาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม ถ้าข่าวนั้นมีการรายงานจากหลายแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือก็เป็นไปได้ว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวจริง



12. อย่าใช้อคติ

คนเรามีแนวโน้มที่จะเชื่อข้อมูลซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อส่วนตัวของเรา ก่อนที่จะตัดสินว่าเรื่องราวใดๆ ‘ไม่เป็นความจริง’ ควรไตร่ตรองให้คิดว่าอคติส่วนตัวของเราไม่ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการพิจารณาเนื้อหาดังกล่าวในขณะนั้น



13. บางเรื่องก็จงใจสร้างขึ้นให้เป็นข่าวปลอม

ควรแชร์ข่าวที่มั่นใจว่าเป็นข่าวที่เชื่อถือได้เท่านั้นด้วยการคิดวิเคราะห์และพิจารณาบริบทอย่างละเอียดถี่ถ้วน การรู้จักสังเกตสิ่งผิดปกติที่รูปแบบข่าวปลอมมักใช้จะช่วยให้เรารู้เท่าทัน และมีวิจารณญาณในการรับข่าวสาร





ข่าวจริง

- มาจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ
- พาดหัวมีทิศทางเดียวกับเนื้อข่าว
- มีชื่อผู้รับผิดชอบหรือผู้เขียนข่าว
- URL เข้ากันได้กับแหล่งข่าว
- บอกวันที่ที่ลงข่าว
- เมื่อกดเข้าไปดูลิงค์อื่น ๆ สามารถย้อนไปที่แหล่งข่าวต้นสังกัดได้

VS

ข่าวปลอม

- มาจากเว็บไซต์ที่ไม่คุ้นชื่อ
- พาดหัวเร้าอารมณ์หรือไม่ไปทางเดียวกับเนื้อข่าว
- ไม่มีชื่อผู้เขียนข่าว
- URL ดูแปลก ๆ หรือเข้ากันไม่ได้กับแหล่งข่าว
- อาจลงวันที่เก่า ๆ หรือไม่ได้บอกเลย
- ไม่สามารถกดลิงค์ย้อนไปหาแหล่งข่าวต้นสังกัดได้

ทักษะการรู้เท่าทันข่าว เป็นเรื่องสำคัญที่พลเมืองดิจิทัลควรได้รับการเรียนรู้และฝึกฝนเพราะว่าในยุคข้อมูลข่าวสาร ผู้รับข่าวต้องรู้จักประเมินได้ว่าอะไรจริงหรือไม่จริงและรู้จักวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาอย่างระมัดระวัง รู้จักแยกแยะข้อเท็จจริงออกจากความคิดเห็น และรู้จักตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับมาจากหลาย ๆ แหล่ง เพื่อที่จะได้กลิ่นกรองข้อมูลที่น่าเชื่อถือและหลากหลายในการประกอบการคิด ตัดสินใจ และแสดงออกทางความคิดเห็นในฐานะพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย

เอกสารอ้างอิง

เคล็ดลับในการสังเกตข่าวปลอม [online]. แหล่งที่มา <https://www.facebook.com/help/188118808357379> [12 กุมภาพันธ์ 2562]

ใจดี โลกสวย เชื่อคนง่าย!!! คนไทย 40% เชื่อข่าวปลอมบนโซเชียลสูงสุดในภูมิภาค [online]. แหล่งที่มา <https://www.brandbuffet.in.th/2017/10/kantartns-research-connected-life/> [11 กุมภาพันธ์ 2562]

นันทิกา หนูสม (2560). ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร [online]. แหล่งที่มา http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3177/1/nuntika_noos.pdf / [15 กุมภาพันธ์ 2562]

ผลวิจัยชี้คนวัย 65+ แชรข่าวปลอม (Fake News) มากที่สุด [online]. แหล่งที่มา <https://vantage.in.th/2019/01/old-people-than-65-share-fake-news/> [13 กุมภาพันธ์ 2562]

พิจิตรา สีคาโมโต้. รู้จักข่าวปลอมในสื่อออนไลน์ [online]. แหล่งที่มา https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=1528136010664438&id=191774957633890 [25 กุมภาพันธ์ 2562]

โพลระบุคน กทม. เจอข่าวปลอม 65.1% จากเฟซบุ๊กและเรื่องการเมืองมากที่สุด [online]. แหล่งที่มา <https://prachatai.com/journal/2018/09/78541> / [10 กุมภาพันธ์ 2562]

ETDA เปิดพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตปี 61 คนไทยใช้เน็ตเพิ่ม 10 ชั่วโมง 5 นาทีต่อวัน [online]. แหล่งที่มา <https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html> [10 กุมภาพันธ์ 2562]

Claire Wardle. Fake News. It's complicated [online]. แหล่งที่มา <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/> [16 กุมภาพันธ์ 2562] [10 กุมภาพันธ์ 2562]

Infographic: Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News – eleven Languages [online]. แหล่งที่มา <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/> [20 กุมภาพันธ์ 2562]



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

รู้เท่าทันข่าว (News Literacy)

พิมพ์ครั้งที่ 1 : มิถุนายน 2562

จำนวนการพิมพ์ : 2,000 เล่ม

เขียนและเรียบเรียง : ดร.สรานนท์ อินทนนท์

บรรณาธิการ : เข็มพร วิรุณราพันธ์, ลักษณ์ คงลาภ

ฝ่ายศิลป์/ออกแบบรูปเล่ม : อรสมน ศานตวิวงศ์สกุล

จัดพิมพ์และเผยแพร่ : มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.)

6/5 ซอยอารีย์ 5 พหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ

โทรศัพท์ 02-617-1919

E-mail : childmedia2017@gmail.com

Website : www.childmedia.net

พิมพ์ที่ : บริษัท วอล์ค ออน คลาวด์ จำกัด

77/62 หมู่ 6 หมู่บ้านแก้วขวัญ1 ถนนลำลูกกา11

ตำบลคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี 12130

โทรศัพท์ 02-987-4031 แฟกซ์ 02-987-4913

E-mail : walkoncloud.th@gmail.com

