

บทที่ 4

ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อ เรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

การศึกษาค้นคว้าความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นั้น ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เรื่องราวทางสังคมที่เกิดขึ้น และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (In-depth Interview) โดยแบ่งความน่าเชื่อถือเป็น 2 ลักษณะตามรูปแบบการใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ คือ ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์และความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

4.1 ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคม โดยวิเคราะห์จากเนื้อหาที่ผู้ใช้มีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในประเด็นต่างๆ และจากการสัมภาษณ์ความเชื่อของผู้ใช้ผู้เชี่ยวชาญ และนักข่าว ผู้วิจัยพบว่าองค์ประกอบของความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีดังนี้

4.1.1 แหล่งสาร (Source)

แหล่งสารในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์คือ กลุ่มผู้ใช้งานที่อยู่ในสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีผู้ใช้งานหลากหลายกลุ่ม แต่ละกลุ่มมีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ใช้งานออกเป็น 5 กลุ่ม คือ สำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียงผู้เชี่ยวชาญ และผู้ใช้ทั่วไป โดยเรื่องราวทางสังคมที่กลุ่มผู้ใช้งานเหล่านี้นำเสนอมีผลต่อความเชื่อของผู้รับสาร ผู้รับสารจะมีความเชื่อในแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือได้ ผู้วิจัยจึงนำความแตกต่างของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ โดยจำแนกแหล่งสารออกได้ ดังนี้

4.1.1.1 สำนักข่าว (News Agency)

ผู้ใช้ทวิตเตอร์มีความเชื่อถือเรื่องราวทางสังคมที่สำนักข่าวในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นำเสนอ โดยมีความเชื่อว่า ถึงแม้ข้อมูลข่าวสารนั้นจะไม่ถูกต้องครบถ้วนทั้งหมด แต่เป็นข้อมูลข่าวสารที่ได้ผ่านการกลั่นกรองมาในระดับหนึ่ง ก่อนออกสู่สาธารณะ แต่มีข้อจำกัด คือ ทวิตเตอร์ของสำนักข่าวส่วนใหญ่ไม่มีการแสดงความคิดเห็นตอบกลับไปยังผู้ใช้งานคนอื่นๆ หรือมีการปฏิสัมพันธ์กลับน้อย มีเพียงการรายงานข่าวเพียงอย่างเดียว การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสำนักข่าวในทวิตเตอร์มีรูปแบบเป็นทางการ และเป็นการแนบลิงค์ข่าวจากเว็บไซต์สำนักข่าวของตน ทำให้ผู้ติดตามเกิดความเบื่อหน่ายในรูปแบบการนำเสนอ อีกทั้งผู้ใช้มีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าวในสื่ออื่นๆ อยู่แล้ว เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือเว็บไซต์ของสำนักข่าวนั้นๆ ผู้ใช้มีความเห็นว่าการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในสื่อกระแสหลักและในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีเนื้อหาข่าวเดียวกัน จึงไม่จำเป็นต้องติดตามสำนักข่าวที่ใช้ทวิตเตอร์ ทำให้ผู้ใช้มีการติดตามทวิตเตอร์ของสำนักข่าวน้อย

จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่มาจากการเก็บข้อมูลนั้น พบว่า ข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าวที่ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นั้น ส่วนหนึ่งมีการนำมาจากสื่อกระแสหลัก และอีกส่วนหนึ่งเป็นการนำเสนอก่อนสื่อกระแสหลัก ในกรณีที่ข่าวมีความเร่งด่วน ต้องใช้ความรวดเร็วในการนำเสนอ สำนักข่าวที่ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีเวลาในการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวน้อยกว่าสื่อกระแสหลัก ทำให้สำนักข่าวมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผิดพลาดบ่อยครั้ง เมื่อเกิดความผิดพลาดขึ้น สำนักข่าวที่ใช้ทวิตเตอร์จะมีการดำเนินการแก้ไขในทันทีที่ทราบความผิดพลาดนั้น แต่ก่อนจะได้รับการแก้ไข การนำเสนอเรื่องราวทางสังคมของสำนักข่าว ทำให้ผู้ใช้ที่ติดตามอยู่เชื่อถือไปก่อนแล้ว อย่างไรก็ตามผู้ใช้มีความเชื่อถือสำนักข่าวที่ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์นำเสนอเรื่องราวทางสังคม เพียงแต่มีการติดตามน้อยเท่านั้น



ภาพ 4.1 ตัวอย่าง รูปแบบการนำเสนอของสำนักข่าวและจำนวนผู้ติดตามสำนักข่าว

ตัวอย่าง ความผิดพลาดในการนำเสนอของสำนักข่าว

@Thairath_News โทรมช.เตือนระวังสึนามิ หลัง 20 พ.ย. โทรมช.เตือนระวังสึนามิ

หลัง 20 พ.ย. - ข่าวไทยรัฐออนไลน์ - thairath.co.th

(ทวิตเตอร์. 7 พฤศจิกายน 2553, 15:30:27)

@js100radio เตือนภัยพิบัติฯ ยืนยัน กรณีข่าวลือจะเกิดสึนามิและตีเปรสชั่นภาคใต้ ๓ค.นี้ ไม่มีใครสามารถคาดการณ์ล่วงหน้า แต่พร้อมเฝ้าระวังแจ้งปชช.

(ทวิตเตอร์. 9 พฤศจิกายน 2553, 15:51:47)

@ktnews สมิตท เตือนภาคใต้ ๓.ค.มีพายุ-สึนามิ มีแน่...สมิตทเตือนภาคใต้๓.ค.มีพายุ-สึนามิมิแน่ - กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์ - bangkokbiznews.com

(ทวิตเตอร์. 24 พฤศจิกายน 2553, 5:27:49)

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของสำนักข่าวที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ปกติอ่านข่าว ดูข่าวอยู่แล้ว เลยไม่ได้ตามสำนักข่าวในทวิตเตอร์”

(@spin9. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“สำนักข่าว แน่แน่นอนว่ามีกร "กรอง" ระดับหนึ่งแล้ว ข้อมูลเลยอาจจะเกลาและเช็คมา ระดับหนึ่ง”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์. 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“คนทั่วไปมักจะให้เครดิตกับสำนักข่าวมากกว่าบุคคล แต่คนส่วนใหญ่จะติด follow ตัวบุคคลมากกว่าสำนักข่าว เพราะสำนักข่าวทวิตได้แต่ตัวเนื้อหาข่าว ไม่สามารถทวิตเรื่องส่วนตัวหรือความคิดเห็นได้มากเท่ากับนักข่าวเช่น คุณสุทธิชัย หยุ่น จะมีคน follow มากกว่าตัวของค่าย ซึ่งถ้า นำจำนวนคนตามสำนักข่าวมารวมกันทั้งหมด ยังได้ไม่เท่ากับจำนวนผู้ติดตามคุณสุทธิชัย หยุ่นคนเดียว คนจะชอบตามนักข่าวมากกว่า แต่ถ้าเครดิตการให้ความน่าเชื่อถือ สำนักข่าวจะมีมากกว่า”

(@dr_mana. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

4.1.1.2 นักข่าว (Reporter)

ในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีผู้ใช้งานที่เป็นนักข่าวจากสำนักข่าวต่างๆอยู่เป็นจำนวนมาก นักข่าวในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีการนำเสนอทั้งเรื่องราวที่เป็นข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวส่วนตัว ความคิดเห็น ทำให้ผู้ใช้งานคนอื่นๆเข้าถึงและรู้สึกใกล้ชิดได้มากกว่าทวิตเตอร์ของสำนักข่าว อีกทั้งนักข่าวมีการตอบสนองผู้ใช้งานคนอื่นๆซึ่งเป็นการสื่อสารสองทาง ทำให้ผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีการติดตามนักข่าวมากกว่าสำนักข่าว นักข่าวจะมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารรวดเร็วกว่าสำนักข่าวที่ใช้ทวิตเตอร์ ทำให้ผู้ใช้งานได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีความสด ทันต่อเหตุการณ์ แต่ไม่ได้ผ่านการกลั่นกรองเท่าที่ควร จึงเป็นการรับข้อมูลข่าวสารเพียงเบื้องต้น ไม่น่าเชื่อถือทั้งหมด โดยเฉพาะการรายงานข่าวด่วน หรือข่าวลือ และบ่อยครั้งที่นักข่าวใช้ทวิตเตอร์นำเสนอความคิดเห็นของตนเองประกอบกับการนำเสนอข่าวโดยที่ผู้ใช้ไม่สามารถแยกแยะข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นได้ แม้แต่ตัวนักข่าวเองก็ไม่ได้แจ้งให้ทราบว่า การนำเสนอใดเป็นข้อเท็จจริง การนำเสนอใดเป็นความคิดเห็น ทำให้ก่อให้เกิดความสับสนของผู้รับสารในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างไรก็ตามผู้ใช้ค่อนข้างเชื่อถือในสิ่งที่นักข่าวนำเสนอ เพราะคิดว่านักข่าวที่ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และนักข่าวเองส่วนใหญ่จะบอกว่าตนเองมีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอแล้วจึงมีความน่าเชื่อถือ

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของนักข่าวที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ตามนักข่าว เพราะความไวมีมากกว่าสำนักข่าว ตัวนักข่าวเองบางคนก็อยู่ในระดับที่เชื่อถือได้ ทวิตอะไรก็มีที่มาที่ไปชัดเจน”

(@spin9, สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“ผู้สื่อข่าว อาจจะได้ในแง่ความสด แต่มันก็เสี่ยงจะเป็นความจริงแบบ Subjective คนจะตามนักข่าวมากกว่า เพราะคนอยากใกล้ชิดคน แต่การ Follow อาจจะไม่ได้แปลว่าเชื่อหรือไม่เชื่อ นะ มันต้องดูเป็นคนๆ และความเกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆด้วย นักข่าวคนนั้นอยู่สำนักข่าวไหน รายงานข่าวอย่างไร แต่คนใช้ธรรมดาก็เชื่อแหละ เชื่อเหมือนที่คนเชื่อหนังสือพิมพ์ เชื่อทีวี”

(@nuttaputch, สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“เป็นนักข่าวเป็นอาชีพเดียวที่ทวิตเป็นตัวของตัวเองไม่ได้ มีคุณจอมขวัญคนเดียวที่ทวิตอะไรก็ได้ ไม่มีใครกล้าว่า นอกนั้นเหมือนจะระวังตัว เพราะกลัวเสียภาพพจน์ นักข่าวเป็นอาชีพที่แปลกมาก คือ ได้แต่รายงานข่าว ออกความเห็นไม่ได้ ถ้าจะออกความคิดเห็นต้องออกตัวกันใหญ่ ไซ้ต้องรักษาความน่าเชื่อถือในตัวเขา เพราะฉะนั้นเลยกลายเป็นว่า นักข่าว มีคนตามเยอะ ความน่าเชื่อถือสูงกว่า”

(@iwhale. สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2554)

“นักข่าวเค้าก็มีจรรยาบรรณคำค้อยู่นะ แต่ก็มีผิดพลาดบ้างมี bias บ้าง”

(@worawisut. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ข้อความในทวิตคือข้อความที่เราประกาศหรือบอกไป ถ้าเป็นความเท็จนั่นคือเราเป็นเด็กเลี้ยงแกะ”

(@Neaw_NBC. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“มีความน่าเชื่อถือ เพราะนักข่าวแต่ละสำนักข่าวต่างๆ มีความตื่นตัวและระมัดระวังการใช้สื่อแบบนี้มากขึ้น กอปรกับสมาคมนักข่าวฯ เองก็ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อของนักข่าวและองค์กรสื่อ ว่าต้องรักษามาตรฐานความถูกต้องให้ควบคู่ไปกับความเร็ว”

(@lekasina. สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2554.)

ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะของนักข่าวที่ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ออกเป็น 3 ประเภท คือ นักข่าวที่มีชื่อเสียง นักข่าวทั่วไป และนักข่าวภาคสนาม

ก. นักข่าวที่มีชื่อเสียง

นักข่าวที่มีชื่อเสียง คือ นักข่าวที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป มีการปรากฏตัวให้เห็นตามสื่อต่างๆ อยู่เสมอ แม้จะเป็นผู้ที่ไม่ได้ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ก็มีความรู้จักรักนักข่าวประเภทนี้ ผู้ใช้ทวิตเตอร์จะมีการติดตามนักข่าวที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก นักข่าวที่มีชื่อเสียงจึงมีจำนวนผู้ติดตามมากกว่าสำนักข่าวและนักข่าวทั่วไป เนื่องจากมีการติดตามมาจากสื่ออื่นๆ อยู่ก่อนหน้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ผู้รับสารมีความชื่นชอบในลักษณะการนำเสนอข่าวสาร ทำทางบุคคลิกนิสัย ของนักข่าวที่มีชื่อเสียงแต่ละคนเป็นการส่วนตัว เปรียบนักข่าวที่ตนเองชื่นชอบเป็นเสมือนที่พึ่งในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องครบถ้วน ซึ่งเมื่อนักข่าวที่มีชื่อเสียงนำเสนอสิ่งใด

ผู้ใช้ที่ติดตามก็จะมีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารนั้น เพราะเชื่อว่านักข่าวที่มีชื่อเสียงจะมีการคิดวิเคราะห์ และกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อนการนำเสนอเป็นอย่างดี



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างทวิตเตอร์ของนักข่าวที่มีชื่อเสียงและจำนวนผู้ติดตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของนักข่าวที่มีชื่อเสียงที่มีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

"จะเชื่อคุณสุทธิชัย หย่นเค้าพูดเหมือนวิเคราะห์มาแล้ว"

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

"นักข่าวที่มีชื่อเสียงมีผลต่อการเชื่อถือในการทวิตมากกว่านักข่าวที่ไม่มีชื่อเสียงเราคงเชื่อนักข่าวไอทีพูดเรื่องไอที มากกว่านักข่าวการเมืองมาพูดเรื่องไอที"

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

"จะตามนักข่าวที่ดังๆ ที่เราชอบสไตล์ข่าวของเขา"

(MsARichy. สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

"ตอนนี้คนเชื่อนักข่าวมากกว่าสำนักข่าว นักข่าวเริ่มผันตัวไปเป็น opinion idol แล้ว ยิ่งกว่า opinion leader อีก คือเวลาเราชอบ idol เราชอบที่หน้าตา ความสามารถ นิสัย การแสดงออก มันคือการชอบด้วยอารมณ์มากกว่าเหตุผล เรียกว่า มีแนวโน้มที่จะคล้อยตามได้ง่ายมากกว่า ปัจจุบัน เวลาเกิดเหตุการณ์อะไร คนก็จะเรียกร้องนักข่าวที่มีชื่อเสียง ทั้งที่ข่าวจากนักข่าวก็เอามาจากสำนักข่าวนั้นแหละ"

(@onlynut. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554.)

ข. นักข่าวทั่วไป

นักข่าวทั่วไป เป็นนักข่าวที่ไม่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ไม่ได้ปรากฏตัวในสื่อต่างๆ มีจำนวนผู้ติดตามน้อยกว่านักข่าวที่มีชื่อเสียง นักข่าวทั่วไปจะมีผู้ติดตามมาก-น้อยนั้น ขึ้นอยู่กับความถี่ในการรายงานข้อมูลข่าวสาร และความนิยมในนักข่าวผู้นั้นของผู้ใช้งานที่บอกต่อกันมา ผู้ติดตามมีการติดตามนักข่าวเหล่านี้ เพราะนักข่าวมีการตอบสนองกลับไปยังผู้ใช้อื่นๆด้วย ทำให้รู้สึกใกล้ชิด และสามารถถามกลับได้หากมีความสงสัยในข้อมูลข่าวสารนั้นๆ สาเหตุที่นักข่าวทั่วไปมีผู้ติดตามจำนวนไม่มาก เพราะผู้ใช้คิดว่ามีการติดตามนักข่าวที่มีชื่อเสียงแล้ว และข่าวสารที่น่าเสนอก็มีลักษณะเดียวกัน จึงเลือกตามแค่นักข่าวที่มีชื่อเสียงมากกว่า ซึ่งดูมีความน่าเชื่อถือได้มากกว่าด้วย และนักข่าวทั่วไปยังมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารโดยการใส่ลิงค์ข่าวสารของสำนักข่าวตนเองไปกับการนำเสนอ ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการรับข้อมูลข่าวสารอีกด้วย อย่างไรก็ตามนักข่าวทั่วไปมีลักษณะความน่าเชื่อถือเช่นเดียวกับนักข่าวที่มีชื่อเสียง เพราะมีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารก่อนนำเสนอ ยกเว้นในกรณีข่าวด่วน หรือข่าวลือที่อาศัยความรวดเร็วในการนำเสนอทำให้มีความน่าเชื่อถือได้น้อยกว่า



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างทวิตเตอร์ของนักข่าวทั่วไปและจำนวนผู้ติดตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของนักข่าวทั่วไปในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“จะไม่ได้ตาม พวกนี้ส่วนมากจะทวีตลิงค์ข่าวจากหน้าเว็บตัวเอง ซึ่งซ้ำกว่านักข่าวเป็นรายบุคคลที่มีชื่อเสียง”

(@spin9. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“ไม่ได้ตาม แต่ก็ได้อ่านจาก retweet คนอื่นนะ”

(MsARichy. สัมภาษณ์, 28 มกราคม 2554)

“เชื่อใจนักข่าวที่มีชื่อเสียงมากกว่านักข่าวธรรมดา แต่เวลาถามนักข่าวพวกนี้เหมือนเขาจะตอบเรามากกว่า”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

ค. นักข่าวภาคสนาม

นักข่าวภาคสนาม คือ นักข่าวที่อยู่ในเหตุการณ์ จะมีการรายงานข่าวผ่านสื่ออื่นๆ ด้วย เช่น วิทยุ โทรศัพท์ นักข่าวภาคสนามที่มีชื่อเสียงจะมีผู้ติดตามมากกว่านักข่าวทั่วไปเพราะ ผู้ใช้ส่วนใหญ่เชื่อว่านักข่าวภาคสนาม มีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมด้วยความรวดเร็วที่สุด โดยมีการนำเสนอด้วยความรวดเร็วกว่าการนำเสนอผ่านสื่อวิทยุหรือโทรศัพท์ และยังเป็นกรนำเสนอข้อเท็จจริงที่มีความบิดเบือนน้อย เพราะอยู่ในเหตุการณ์ ผู้ติดตามจึงมีความเชื่อถือในนักข่าวภาคสนามมากกว่านักข่าวประเภทอื่นๆ แต่ผู้เชี่ยวชาญด้านทวิตเตอร์ให้ความเห็นว่านักข่าวภาคสนามมองเห็นเหตุการณ์เพียงด้านเดียว ข้อมูลข่าวสารในการนำเสนอจึงเกิดจากมุมมองของนักข่าวภาคสนามที่ตีความตามเหตุการณ์ที่พบเห็น โดยที่ไม่ได้มองในภาพรวม



ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างทวิตเตอร์ของนักข่าวภาคสนามและจำนวนผู้ติดตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของนักข่าวภาคสนามที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“นักข่าวภาคสนามน่าเชื่อมากกว่าเพราะลงไปเห็นของจริง”

(@spin9. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“นักข่าวภาคสนามน่าเชื่อถือ เพราะอยู่ในเหตุการณ์จริงทำให้รายงานตามที่อยู่ เร็วกว่า ไม่บิดเบือน แต่พอมาถูกรายงานเป็นข่าวอีกครั้ง กลับถูกบิดเบือนเยอะนะ”

(@zeemaster123. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2554)

“นักข่าวภาคสนามบางทีก็มีผิดพลาด ภาคสนามจะเห็นของจริง แต่ห้องข่าวจะเห็นหลายนุมุมสามารถมีข้อมูลหลายแหล่งมาประกอบได้ ไม่ใช่ว่าจะถูกเสมอไป”

(@worawisut. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.1.1.3 บุคคลมีชื่อเสียง (Celebrity)

บุคคลที่มีชื่อเสียง คือ บุคคลที่เป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป ได้แก่ ดารา ศิลปิน หรือบุคคลที่เป็นที่รู้จักในวงการต่างๆ ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ส่วนใหญ่จะติดตามบุคคลมีชื่อเสียงที่ตนเองชื่นชอบ ยิ่งมีชื่อเสียงมาก ก็จะมีผู้ติดตามมาก และถ้ามีการตอบสนองกับผู้ติดตามด้วย ก็จะมีผู้ติดตามมากขึ้น เพราะผู้ติดตามจะมีความรู้สึกได้ใกล้ชิดกับบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนเองชื่นชอบ เมื่อบุคคลที่มีชื่อเสียงนำเสนอสิ่งใดสิ่งหนึ่งผู้ติดตามจะมีความเชื่อถือ เพราะมีการยอมรับในตัวบุคคลผู้นั้นแล้ว หากมีความสงสัยในสิ่งที่บุคคลที่มีชื่อเสียงนำเสนอ ก็จะมีการสอบถามกลับเพื่อยืนยันความเชื่อถือของตนเอง ซึ่งในความเป็นจริงแล้วข้อมูลข่าวสารต่างๆ หากเป็นเรื่องที่บุคคลที่มีชื่อเสียงนั้นไม่มีส่วนเกี่ยวข้อง บุคคลที่มีชื่อเสียงก็มีลักษณะเช่นเดียวกับบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้เป็นแหล่งต้นสาร ไม่มีข้อเท็จจริงที่ถูกต้องครบถ้วนเช่นเดียวกัน



ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างทวิตเตอร์ของนักข่าวภาคสนามและจำนวนผู้ติดตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของบุคคลมีชื่อเสียงที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@Abhinew สำหรับบางคนแล้ว เซเลบให้ข่าวเหมือนมีน้ำหนักมากขึ้น

“คนมีชื่อเสียงทวิตข่าวอะไรก็น่าเชื่อถือระดับหนึ่ง คนมี credibility ทำอะไรก็น่าเชื่อถือ”

(@worawisut. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ถ้าเกิดว่าคนๆนั้นเป็น เป็น celeb ที่มีคน follow เยอะ ไม่ว่าจะเป็นดารา หรือคนดังในสาขาวิชาชีพต่างๆ ถ้าพูดออกไปป๊อบ มันทำให้คนเชื่อได้ง่าย”

(@dr_mana. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

“คิดว่าแม้จะเป็นคนที่มีชื่อเสียง เราก็ไม่ควรเชื่อไปซะหมด ควรมองที่ความเป็นจริง ไม่ได้มองที่ตัวบุคคล”

(@xiece1001. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.1.1.4 ผู้เชี่ยวชาญ (Influencer)

ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ผู้ใช้มีความเชื่อถือในผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ทวิตเตอร์ ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่มีประสบการณ์ตรงกับเรื่องที่นำเสนอ และผู้ใช้มีความเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆที่ผู้เชี่ยวชาญไม่ได้มีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆด้วย เนื่องจากมีการยอมรับในบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญนั้นแล้ว ไม่ว่าจะมีการนำเสนอเรื่องใดๆ ส่วนใหญ่ก็มีความเชื่อถือ การใส่ประวัติย่อ (Bio) ในหน้าเว็บทวิตเตอร์เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในสาขาของตน มีผลทำให้ผู้ติดตามมีความเชื่อถือมากขึ้น และหากผู้เชี่ยวชาญนั้นเป็นที่รู้จักของผู้ติดตามมาก ผู้ติดตามก็มีความเชื่อถือเพิ่มมากขึ้นด้วย อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่นำเสนอั้นโดยเฉพาะจะมีความน่าเชื่อถือได้ แต่หากเป็นเรื่องที่ผู้เชี่ยวชาญนั้นไม่มีความเกี่ยวข้อง จะมีความน่าเชื่อถือได้น้อย





ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างทวิตเตอร์ของผู้เชี่ยวชาญและจำนวนผู้ติดตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของผู้เชี่ยวชาญที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“เรื่องของตรรกะความเชื่อถือ Bio ที่เขียนว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่ง มีผลต่อความน่าเชื่อถือ เช่น ถ้าคนที่พูดเป็น ดร. ด้านการตลาด เวลาพูดเรื่องการตลาดก็ย่อมพอจะอนุมานได้ว่าเขาต้องมีความรู้มากระดับหนึ่ง หรือสมมติว่าถ้าเป็นคนธรรมดาพูดถึงหนัง คนอาจจะเฉยๆ แต่ถ้าบอกเป็นนักวิจารณ์หนังชื่อดัง ความน่าเชื่อถือก็จะเริ่มเพิ่มขึ้นตามมา เพราะ Status ของคนนั้นมัน พ่วงมากับ "ฐานะ" "ประสบการณ์" "คุณวุฒิ" และ "วัยวุฒิ" ทั้งนี้ เราต้องยอมรับว่าคนในสังคมส่วนมากที่มีเวลาน้อยในการทำความรู้จักตัวตนของคนนั้น การได้เห็นแค่ Bio ของคนนั้นก็ย่อมมีผลมากในการเชื่อไปแล้ว เพราะน้อยคนที่จะมานั่งทำความรู้จักคนๆ นั้นอย่างลึกซึ้งว่าดีหรือไม่ดี ตัวจริงหรือตัวปลอม”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ถึงจะมี Follower เยอะแค่ไหนก็ตาม แต่ถ้าเกิดพูดสิ่งที่ตัวเองไม่ได้เกี่ยวข้อง ไม่ได้รู้จริง มันก็เป็นแค่ความเห็น เพียงแต่สิ่งที่คนพวกนี้พูดมันอาจจะมีโอกาสเข้าถึงคนมากกว่า แต่ถ้าเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องหนึ่ง พูดในเรื่องที่ตนไม่ได้เชี่ยวชาญ ใครจะเชื่อ ก็เลยต้องมาดูว่าเนื้อหาที่พูดคืออะไร สารคืออะไร คนนั้นรู้จริงมีหลักการหรือไม่”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.1.1.5 บุคคลทั่วไป (General User)

บุคคลทั่วไปคือ ผู้ที่ใช้งานที่ไม่ได้เป็นนักข่าว ผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง บุคคลทั่วไปอาจมีจำนวนผู้ติดตามมาก-น้อยก็ได้ และเป็นที่ยูจกเฉพาะในกลุ่มเพื่อน หรือรู้จักกันในสังคม ทวิตเตอร์กลุ่มเล็กๆ ไม่ได้นำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ มีการนำเสนอทั้งข้อมูลข่าวสาร เรื่องราวในกระแสสังคม ความคิดเห็น เรื่องส่วนตัว ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอความคิดเห็นที่มีในข้อมูลข่าวสารนั้น ปัจจุบันบุคคลทั่วไปเสมือนมีสื่ออยู่ในมือ คือ สามารถนำเสนอโดยไม่มีข้อจำกัด ผู้ใช้สามารถสร้างเรื่องราวต่างๆในการนำเสนอขึ้นมา โดยที่ผู้ติดตามไม่ทราบว่าเป็นเรื่องจริงหรือไม่ ผู้ติดตามส่วนใหญ่จะไม่เชื่อถือในข้อความที่บุคคลทั่วไปนำเสนอในทันที โดยจะดูจากการนำเสนอของผู้ใช้คนอื่นๆประกอบด้วย แต่เมื่อมีการนำเสนอเรื่องราวจากผู้ให้หลายๆคนที่ต่างมีการนำเสนอไปในทิศทางเดียวกัน จึงมีความเชื่อถือ โดยไม่รู้ว่าข้อมูลข่าวสารต่างๆจริงเท็จหรือไม่ ซึ่งบุคคลทั่วไปที่มีจำนวนคนติดตามมาก มีส่วนทำให้มีผู้ติดตามมีความเชื่อถือมากขึ้น แต่ก็ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเกี่ยวข้องกับเรื่องที่น่าเสนอนั้นด้วย และบุคคลทั่วไปต้องมีการสร้างคความน่าเชื่อถือผ่านการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆมาในระดับหนึ่ง ผู้ติดตามจึงจะมีความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารต่างๆที่มีการนำเสนอ อย่างไรก็ตามข้อมูลข่าวสารที่บุคคลทั่วไปนำเสนอ นั้นความน่าเชื่อถือยังมีน้อย เพราะผู้ใช้งานไม่ค่อยมีการกลั่นกรองข้อมูลก่อนการนำเสนอและข้อมูลข่าวสารที่บุคคลทั่วไปนำเสนอ นั้นเป็นการรับข้อมูลข่าวสารมาจากแหล่งอื่นอีกต่อหนึ่ง ข้อมูลข่าวสารจึงอาจบิดเบือนได้



ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างทวิตเตอร์ของบุคคลทั่วไปและจำนวนผู้ติดตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของผู้เชี่ยวชาญที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคม
ทวิตเตอร์

“คนในทวิตเราไม่รู้จัก เป็นใครมาจากไหนก็ไม่รู้ คำทวิตอะไรมาก็เฉยๆ เชื้อ 50/50”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“อ่านข้อมูลจากหลาย ๆ คน อ่านหลาย ๆ ความเห็น และพยายามคิดและประมวลว่าอัน
ไหนเชื่อถือได้ อันไหนมาจากความเห็น อันไหนมาจากความจริง”

(@ouimu. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554.)

“นำเชื่อถือไม่นำเชื่อถือต้องดูเป็นประเด็น และ Background ของคนนั้นๆ ความน่าเชื่อถือ
ย่อมผันแปรตามปัจจัยหลายอย่าง เช่น อาชีพการงานของผู้พูดเกี่ยวข้องกับข้อมูลหรือไม่ มีความรู้
หรือไม่ มีหลักการหรือไม่เช่นเดียวกัน”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคม แปลว่า ใครก็ตาม ก็มีสิทธิ์ที่สมัคร account สร้างให้นำเชื่อถือได้
เมื่อใช้เวลานานๆ เข้า บางคนในโลกจริง ไม่ใช่เป็นคนมีชื่อเสียงอะไร แต่ด้วยความรู้ประสบการณ์
เค้าก็สะสมความน่าเชื่อถือไปใน account นั้น”

(@iwhale. สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการวิจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่าย
สังคมทวิตเตอร์ พบว่าผู้ติดตามมีความเชื่อถือในสำนักข่าวมากกว่านักข่าวแต่มีการติดตามน้อย
กว่า มีความเชื่อถือนักข่าวมากกว่าบุคคลทั่วไป มีความเชื่อถือบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ตนเองชื่นชอบ มี
ความเชื่อถือผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่มีความเชี่ยวชาญนั้นๆ และมีความเชื่อถือบุคคลธรรมดาทั่วไป
ไม่มาก นอกจากบุคคลทั่วไปนั้นมีการนำเสนอในลักษณะเดียวกันหมด จึงจะมีความเชื่อถือ ซึ่งจาก
การเก็บข้อมูลจากเนื้อหาพบว่าแหล่งสารทุกประเภทมีความน่าเชื่อถือได้ไม่มาก โดยเฉพาะเรื่องที่เป็น
ข่าวด่วน และข่าวลือ ยังมีความน่าเชื่อถือได้ต่ำ

4.1.2 หลักฐาน (Evidence)

หลักฐานหลักของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ คือ ข้อความ แต่การนำเสนอทางเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีหลักฐานอื่นๆประกอบด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

4.1.2.1 ข้อความ (Message)

ข้อความหลักฐานหลักของการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ซึ่งสามารถจำแนกข้อความออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ข้อเท็จจริง และ ความคิดเห็น

ผู้ใช้มีความเห็นว่าทวิตเตอร์เป็นการรายงานข้อมูลข่าวสารเพียง 140 ตัวอักษร ซึ่งบอกรายละเอียดได้ไม่มากในแต่ละครั้งของการนำเสนอ อีกทั้งโดยส่วนใหญ่มีแค่การนำเสนอข้อความ ผู้ติดตามอาจนำไปคิดและจินตนาการเรื่องราวต่อเอง ซึ่งทำให้ผู้ที่ติดตามอ่านข้อมูลข่าวสารนั้นเกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย อาจแยกแยะไม่ออกระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น ผู้ติดตามไม่รู้ว่ามีข้อมูลข่าวสารนั้นบิดเบือนหรือไม่ จึงเชื่อไปตามข้อความที่ได้รับมา เนื่องจากมีข้อมูลมากและมีข้อมูลลักษณะเดียวกันตามกระแส จึงคิดว่าเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง ทั้งที่จริงแล้วข้อมูลข่าวสารนั้นอาจไม่ถูกต้องทั้งหมด หรือบิดเบือนจากข้อเท็จจริงไปเลยก็ย่อมได้

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของข้อความที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

"เขาเรียกว่านักข่าวบรรทัดเดียว เป็นข่าวสั้น ส่วนใหญ่คนชอบเสพสื่อแบบนี้"

(@xiece1001. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

"ทวิตเตอร์บางทีมีความน่าเชื่อถือ แต่ว่าการเข้าใจของคนตามข่าว อยู่ที่การใช้คำของคนทวิตด้วย เช่น ไฟไหม้ลานจอดรถห้างนี้ กับไฟไหม้ห้างนี้ก็ไม่เหมือนกัน พอบอกไฟไหม้ห้าง คนก็จะเข้าใจว่าไฟไหม้ห้างทั้งหมด"

(@yokekung. สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2554)

“ทวิตเตอร์มันเป็นการสื่อสารแบบวุ่นๆ ไม่มีวุ่นจะประกอบ คงจะเข้าใจผิดกันง่าย”

(@Abhichata. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554.)

“แต่เอาจริงๆ คนรับสื่ออย่างนู๋คงรู้ยาก บอกยากว่าใครบิดเบือนหรือเปล่า”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

@iNattt อย่าหวังอะไรลมๆแล้งๆในโลก Social media ความน่าเชื่อถือน้อยลงทุกที

ก. ข้อเท็จจริง (Fact)

ข้อเท็จจริงที่เป็นข้อมูลข่าวสารในทวิตเตอร์ แท้จริงแล้วมีน้อยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นการนำเสนอของสำนักข่าว นักข่าว หรือผู้ใช้ที่อยู่ในเหตุการณ์จริง นอกจากนั้นส่วนใหญ่จะเป็นความคิดเห็น หรือผู้ใช้มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่บิดเบือนจากความจริง ซึ่งผู้ติดตามอ่านทวิตเตอร์ บางครั้งไม่สามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งที่นำเสนอในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์เรื่องใดเป็นข้อเท็จจริง เรื่องใดเป็นความคิดเห็น เรื่องใดเป็นเรื่องสมมติเพื่อเหตุผลบางอย่างของผู้นำเสนอ เช่นการประชดประชัน หรือต้องการความสนุกสนาน เมื่อข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในไทม์ไลน์ (Timeline) มีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในกระแสสังคมที่นำเสนอไปในทิศทางเดียวกันนั้นด้วย โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าข้อมูลข่าวสารนั้นถูกต้องหรือไม่

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของข้อเท็จจริงที่มีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@kradeub ข้อมูลในทวิตเตอร์ เล่นบ้างจริงบ้างเยอะไปหมด

@Fringer ต่อไปนี้น่าจะยิ่งหาอ่านข่าวหรือโพสที่เป็นกลางข้อมูลรอบด้านไม่ดราม่า ไม่ชักนำว่าใครเป็น "ผู้ร้าย" ใครเป็น "พระเอก" ยากขึ้นเรื่อยๆ

@ning_saisawan @poay ตอนนี้อยู่ที่ข่าวไหนจริงไม่จริงแล้ว ><::เอาแบบที่มีรายละเอียดดีกว่าข้อความสั้นๆนะคะ

“กระแส” เป็นสิ่งที่คนควรที่จะสงสัย ไม่ใช่ว่าจะให้ต่อต้าน แต่เพื่อค้นหาข้อเท็จจริง ไม่ใช่แห่ตามกันไป ต้องหาข้อมูลอ่านเพิ่ม เช่น จากลิงค์หน่วยงานที่เชื่อถือได้”

(@khunpumpui. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2554)

“บางครั้งการอ่านทวิตใคร ไม่เชิงไม่เชื่อเท่าไร แต่มันไม่ได้ทวิตเรื่อง fact มันทวิตความคิดเห็น”

(@superjubu. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

@aston_ed เห็นทวิตของบางท่านแล้วก็ป็นห่วง เพราะเหมือนแยกไม่ออกระหว่าง “ข่าว” กับ “ความจริง” ต้องเข้าใจว่ารายงานข่าว เป็นข้อเท็จจริงเท่าที่นักข่าวประมวลจากแหล่งข่าว ยังไม่มีอะไรกันตีว่าจริงแท้ถูกต้อง การด่วนสรุปว่าใครเป็นยังไง โดยเฉพาะในทางเสียหาย เพียงเพราะฟังข่าวมา บางทีก็ทำกิจกรรมโดยไม่รู้ตัว ครูบาอาจารย์เคยบอกว่า ทางสายกลางคือ ฟังแล้วเอาเป็นข้อมูล อย่าเพิ่งเชื่อแต่ไม่ใช่ปฏิเสธหมด ท่านบอกว่า ใครพูดอะไรน่าเชื่อแล้วรีบเชื่อ ینگะ แต่ใครพูดอะไรแล้วไม่ตรงกับที่เราเชื่อ แล้วรีบปฏิเสธก็โง่อีก ไปๆมาๆฟังดูสับสนว่าตกลงจะให้เชื่อหรือไม่ให้เชื่อ พระพุทธเจ้าถึงบอกว่าปัญญาที่ดีที่สุดอยู่เหนือความเชื่อ ไม่ใช่สุดตมยปัญญา ฟังเขามาไม่ใช่จินตมยปัญญา คิดเอา แต่เป็นภาวนามยปัญญา ปัญญาจากการ “รู้” ความจริง

ข. ความคิดเห็น (Opinion)

ความคิดเห็นในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์คือ การนำเสนอข้อความเพื่อแสดงออกซึ่งความเชื่อของผู้ใช้งานที่มีต่อประเด็นทางสังคมเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนใหญ่ข้อความในทวิตเตอร์จะเป็นในลักษณะของความคิดเห็นมากกว่า จะเป็นข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงน้อยกว่าข้อความสนทนากันมาก ซึ่งผู้ติดตามที่รับสารอาจสับสนได้ว่าเป็นข้อเท็จจริง ไม่สามารถแยกแยะได้ระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น จึงมีความเชื่อถือในความคิดเห็นที่ถูกนำเสนอไปด้วย ซึ่งความคิดเห็นนั้น เป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกของผู้ใช้งานที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมนั้นๆ จึงมีความเชื่อถือได้ยาก

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของความคิดเห็นที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“บางคนก็วิจารณ์ราวกับตัวเองอยู่ในเหตุการณ์ ทั้งๆ ที่ก็อยู่หลังคีย์บอร์ดเหมือนเรา”

(@spin9. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

@dr_mana คุณธาม @Timese7en บอกว่า คนที่ใช้ twitter แล้ว tweet สิ่งที่เป็นข่าวจริงงั้นน้อยมาก ส่วนมากจะเป็นบทสนทนาเสียมากกว่า คุณอาร์นทร์ @TonBEmagazine บอกว่า คนเสพความเห็นในเว็บข่าวมากกว่าอ่านแค่ข่าว เพราะชอบลักษณะการสื่อสาร 2 ทาง

“แยกข้อเท็จจริงจากความคิดเห็นยากเพราะทุกวันนี้ยังแยกแค่เรื่องทวิตปรกติไม่ออกเลย”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554)

4.1.2.2 ภาพ (Picture)

ภาพที่มีการนำเสนอในทวิตเตอร์ไม่ได้ปรากฏภาพให้เห็นในไทม์ไลน์ (Timeline) ทันที แต่หากผู้ใช้ต้องการดูรูปภาพต้องคลิกลิงค์เข้าไปดูอีกต่อหนึ่ง ผู้ใช้ทวิตเตอร์มีความเห็นว่ารูปภาพเป็นหลักฐานที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารนั้นมีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น และส่วนใหญ่จะมีความเชื่อถือในหลักฐานที่เป็นรูปภาพที่ปรากฏอยู่ แต่ในบางครั้งผู้ใช้อาจมีการอ่านเพียงข้อความ โดยที่ไม่เปิดดูรูปภาพนั้น ผู้ใช้จะเปิดดูรูปภาพเฉพาะรูปภาพที่แนบมากับข้อความที่น่าสนใจ ซึ่งรูปภาพอาจถูกตกแต่งเปลี่ยนแปลงและเขียนข้อความกำกับรูปภาพบิดเบือนไปจากความเป็นจริงก็ย่อมได้



ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างการนำเสนอภาพในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่มีการบิดเบือน

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของภาพที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ภาพมันต้องคลิกลิ้งค์ มันมีทางเลือกให้เลือกว่าจะเข้าไปดูหรือเปล่า”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“มีภาพเป็นหลักฐานก็ดีนะ แต่บางทีภาพมันปรุงแต่งหลอกตาได้ เขียนบรรยายแปลงวาทกรรมได้รูปภาพก็ช่วยยืนยันได้แค่ส่วนหนึ่งนะ แต่การเขียนบรรยายรูปภาพ จะใส่สีตีไข้อย่างไรก็ได้”

(@onlynut. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554.)

4.1.2.3 เสียง/วิดีโอ (Sound/Video)

เสียงหรือวิดีโอในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ มีลักษณะเช่นเดียวกับภาพ คือผู้ใช้ต้องคลิกลิ้งค์เข้าไปดูอีกต่อหนึ่ง ซึ่งถ้าเป็นผู้ใช้งานจากโทรศัพท์มือถือ การเข้าไปฟังเสียงหรือดูวิดีโอมีความยุ่งยากกว่าการเข้าไปดูรูปภาพ เพราะความเร็วของการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตในโทรศัพท์ยังอยู่ในระดับที่ช้า เสียงและวิดีโอที่รับผ่านอินเทอร์เน็ตในมือถืออาจกระตุก ทำให้ผู้ใช้โดยส่วนใหญ่ที่ใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือไม่คลิกลิ้งค์เข้าไปดูต่อ เพราะเป็นการสิ้นเปลืองเวลา ส่วนผู้ใช้ที่ใช้งานกับคอมพิวเตอร์ จะคลิกเข้าไปฟังหรือดูลิ้งค์ เฉพาะที่มีข้อความกำกับน่าสนใจ การนำข้อความมากำกับก่อนแนบลิงค์ด้วย อาจมีการบิดเบือนด้วยข้อความ หรือมีการตัดต่อบิดเบือนเสียงหรือวิดีโอ นั้นตั้งแต่ต้น

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของเสียงและวิดีโอที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@mor_maew คดีรถตู้civicบนทางด่วนกระแสนี้ดำและพันธงคนผิดจากภาพวิดีโอที่เห็นไม่ชัด, การมีนามสกุลใหญ่,ภาพที่กดบีบี,โดยไม่ได้ดูหลักฐานเลย

4.1.2.4 ลิงค์ (Link)

ลิงค์ คือ หัวข้อต่างๆ ที่สามารถเชื่อมโยงหรือคลิกไปยังเว็บไซต์ที่ระบุเอาไว้ ลิงค์มักจะมีการขีดเส้นใต้เชื่อมโยงไปสู่เว็บไซต์เพื่อดูรูป วิดีโอ ฟังเสียง หรืออ่านข้อความ ผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่นิยมเปิดอ่านลิงค์ เพราะการเปิดเข้าไปในลิงค์ ผู้ใช้มีความรู้สึกยุ่งยากในการเปิดเข้าไปดูเมื่อใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ทั้งการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือและการใช้งานผ่านคอมพิวเตอร์ ยกเว้นจะมีหัวข้อที่น่าสนใจ ผู้ใช้จึงจะเปิดเข้าไปดู จึงทำให้ลิงค์ไม่ค่อยมีผลต่อความน่าเชื่อถือ บางครั้งลิงค์ที่แนบมา อาจจะเป็นคนละเรื่องกับหัวข้อที่นำเสนอเป็นข้อความในทวิตเตอร์ ซึ่งถ้าผู้ใช้เปิดลิงค์นั้นแล้วพบว่าเนื้อหาไม่ตรงกันกับหัวข้อที่นำเสนอไว้ อาจทำให้เกิดความสับสน ซึ่งลิงค์ที่ไม่ได้เป็นเว็บไซต์ทางการจึงมีความน่าเชื่อถือได้ไม่มาก

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของลิงค์ที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ถ้ามีลิงค์มาด้วยจะไม่ดู โทรศัพท์คลิกแล้วมันไม่ได้เปิดให้ดูเลย เราต้องกด open ซึ่งมันก็จะเสียเวลา”

(@yokekung. สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าอ่านในทวิตได้ใจความครบถ้วน ก็ไม่คลิกลิงค์อ่าน ถ้าเป็นหัวข้อที่ไม่สนใจ ก็ไม่คลิกอ่าน”

(@Abhichata. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554.)

“จะไม่อ่านจากลิงค์ที่ติดมา ยกเว้นหัวข้อน่าสนใจมากๆ ส่วนหนึ่งน่าจะเพราะว่าคนใช้ทวิตเตอร์ผ่านมือถือซึ่งไม่สะดวกเปิดหน้าเว็บ”

(@spin9. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“ลิงค์ที่มีการทวิตมา จะเปิดดูหรือไม่ขึ้นอยู่กับหัวข้อข่าวที่จั่วหัวไว้จริงๆ มันก็เหมือนกับการเสพข่าวหนังสือพิมพ์ บางคนไม่มีเวลาเยอะ ใช้การอ่านพาดหัวอย่างเดียวพอ แต่ถ้าคนที่ไม่มีปฏิกิริยาเชื่อ หรือสนใจรายละเอียดก็จะอ่าน”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554)

“ลึงค์กับการนำเสนอข้อความในทวิต อาจมีเรื่องข่าวไม่ตรงกันก็ได้”

(@chatsiri. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554)

4.1.2.5 การอ้างอิงชื่อแหล่งสาร (Reference)

การอ้างอิงชื่อแหล่งสารสามารถมีการอ้างอิงได้ในหลายลักษณะ เช่น การใส่วงเล็บ การค้นด้วยสัญลักษณ์ต่างๆ การใส่แท็ก (#) ตามด้วยที่มาของแหล่งข่าว หรือมีการใส่ via ตามด้วยแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร การอ้างอิงชื่อแหล่งสารมีผลทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในข้อความนั้นมากขึ้น โดยเฉพาะการอ้างอิงชื่อแหล่งสารจากสำนักข่าว แม้ว่าจะเป็นผู้ใช้ทั่วไป หรือนักข่าวนำเสนอแล้วมีการใส่อ้างอิงแหล่งสาร ก็จะทำให้ข้อความนั้นมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ทั้งที่ข้อความนั้น หรือแหล่งสารนั้นอาจไม่เป็นความจริงก็ย่อมได้ ซึ่งแท้จริงแล้วข้อความนั้นอาจเป็นเพียงแค่การสรุปความที่ผู้ใช้งานรับสารมาจากสื่อกระแสหลัก หรือจากที่อื่นมาก่อนหน้า

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของการอ้างอิงชื่อแหล่งสารที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“เวลาเค้าใส่ # แหล่งข่าวจะมีผลต่อความน่าเชื่อถือ นิดนึงนะ เหมือนว่าเค้าก็กล้าให้ตรวจสอบ”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

“การใส่แท็กแหล่งสารมันเป็นการบอกว่าทวิตในนามอะไร มีผลนะ ถ้าบอกว่าตึกถล่ม คนตายห้าสิบ กับบอกว่า ดู #ch9 บอกว่ามีคนตายห้าสิบคนจากตึกถล่ม มันทำให้หนักแน่นขึ้น ไม่ได้บอกว่าไว้ใจแต่มันทำให้หนักแน่นมากขึ้น ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“การบอกแหล่งที่มา มีผลมาก บางคน # ว่าเจอมา แปลว่าน่าจะเป็นเหตุการณ์จริงหรือ # จากThairath ก็แปลว่าน่าเชื่อถือได้เช่น ดารา จ. เสียชีวิตแล้ว #Ch7 < น่าเชื่อถือมากๆ กับ ดารา จ. เสียแล้ว RIPเราคงง ว่ารู้จากไหน ความน่าเชื่อถือก็น้อยลง ทำให้เราต้องหาแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถืออื่นๆ มาดูแทน”

(@zeemaster123. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2554)

“บางกรณีข้อมูลข่าวสารที่ทวิตมาจากคนที่ไม่ใช่นักข่าวแต่เรารู้จักเขา ทั้งโดยส่วนและโดยผ่านทางทวิตเตอร์ แต่เป็นข้อมูลที่มีการอ้างแหล่งที่มาชัดเจน ก็จะมีความน่าเชื่อมากขึ้น”

(lekasina. สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2554.)

จากการวิจัยความน่าเชื่อถือของหลักฐานในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ พบว่าผู้ใช้มีความเชื่อถือในหลักฐานที่มีการนำเสนอ ทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ การอ้างอิงแหล่งสาร ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว หลักฐานเหล่านี้สามารถมีการปลอมแปลงและบิดเบือน ได้ ความน่าเชื่อถือของหลักฐานในการนำเสนอจึงควรดูว่าหลักฐานนั้นมาจากแหล่งสารที่น่าเชื่อถือได้หรือไม่ด้วย

4.1.3 ความไว้วางใจ (Reliability)

ความไว้วางใจ คือ ความเชื่อที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีให้กับบุคคลอื่นหรือองค์กรต่างๆ โดยเชื่อว่าบุคคลหรือองค์กรนั้นจะมีข้อสัตย์ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ความไว้วางใจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล หรือความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับองค์กร โดยอาศัยระยะเวลาและความต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ในการสร้างความไว้วางใจ โดยที่ความไว้วางใจเกิดจากความคุ้นเคยของผู้ใช้งานกับแหล่งสาร ซึ่งแหล่งสารนั้น ต้องมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้งานมาในระดับหนึ่ง จนเกิดความไว้วางใจในทุกเรื่องที่มีการนำเสนอ ผู้ใช้งานที่มีความไว้วางใจแล้วจะมีความเชื่อถือในแหล่งสารหรือหลักฐานโดยปราศจากข้อโต้แย้ง ความไว้วางใจนั้นสามารถถูกทำลายลงได้ หากแหล่งสารมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาดอยู่บ่อยครั้ง

ผู้ใช้ทวิตเตอร์จะมีความไว้วางใจในแหล่งสารค่อนข้างมาก โดยเฉพาะมีความไว้วางใจในสำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ใช้ทั่วไปที่มีความสนิทสนม เนื่องจากมีความรู้สึกคุ้นเคยกับองค์กรหรือบุคคลเหล่านี้มาอยู่ก่อนหน้า มีความเชื่อมั่นว่ามีการนำเสนอเรื่องราวที่ถูกต้อง ทำให้มีความเชื่อถือในสิ่งที่บุคคลเหล่านี้นำเสนอ

ตัวอย่าง ความไว้วางใจในแหล่งสารที่มีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@NewtechnicWCC คนไทยชอบตามคนที่ออกทีวี ดั่งนั้นดาร่า พิธีกร ผู้ประกาศข่าว จะมีคนตามกันเยอะ และเชื่อกันเยอะ เมืองนอกก็เป็นแบบนี้

“แต่ก่อนอาจจะดูน่ากลัว เพราะข่าวมักจะมีหลอกหลวงกัน แต่ตอนนี้ คิดว่าเป็นธรรมดาของโลกยุคนี้ การมีตัวตนจริงในโลกทวิตเตอร์ ทำให้เราไว้ใจเชื่อถือ แต่เราก็ต้องเลือกดูด้วย ไม่ใช่จะไปเชื่อทุกคน ดูเรื่องหน้าที่การงาน สิ่งทีทวิต ก็น่าจะพอช่วยได้กับการเลือกเชื่อคนจากทวิตเตอร์”

(@khunpumpui. สัมภาษณ์, 4 กุมภาพันธ์ 2554)

“ความน่าเชื่อถือของข่าวสารที่เป็นกระแสของสังคมในทวิตเตอร์ นั้นขึ้นอยู่กับต้นตอการให้ข้อมูลข่าวสารนั้น ถ้ามาจากนักข่าว สำนักข่าว ที่เป็น สื่อมวลชนอาชีพ จะได้รับความไว้วางใจมากกว่าจาก user ทั่วไป”

(lekasina. สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2554.)

จากการวิจัยความไว้วางใจในแหล่งสารที่มีการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ผู้ใช้มีความไว้วางใจแหล่งสารในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ที่มีการส่งเสริมความเชื่อถือแก่ผู้ใช้มานาน อันได้แก่ สำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ที่มีความสนิทสนมคุ้นเคยกับผู้ใช้งานด้วย

4.1.4 ความใกล้ชิด (Intimacy)

เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ เป็นเครือข่ายที่ทุกคนสามารถมีสถานะเท่าเทียมกันหมด เป็นเพื่อนกันได้ ไม่จำกัด เพศ วัย ฯลฯ ความใกล้ชิดในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ คือ ระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้และผู้ติดตาม ขึ้นอยู่กับความรู้สึกสนิทสนมของผู้ใช้ที่มีต่อผู้ที่ตนเองติดตาม ความใกล้ชิดในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีผลต่อความน่าเชื่อถือในเนื้อหาที่มีการนำเสนอ ผู้วิจัยได้จำแนกความใกล้ชิดออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.1.4.1 เพื่อนในโลกออฟไลน์ (Offline Friend)

เพื่อนในโลกออฟไลน์เป็นผู้ใช้ที่เป็นเพื่อนหรือรู้จักกันมาก่อนในโลกจริง ผู้ใช้จะมีความเชื่อถือในสิ่งที่เพื่อนนำเสนอในระดับหนึ่งและเชื่อถือในสิ่งที่ตรงกับความคิดของตนเอง หากมีข้อ

สงสัย จะสอบถามในทันที โดยไม่คำนึงว่าจะเป็นคำถามที่เหมาะสมหรือไม่ โดยส่วนใหญ่จะสอบถามถึงแหล่งสารที่ได้รับมา จะมีการสอบถามทั้งแบบออกสู่สาธารณะ และถามโดยใช้ข้อความส่วนตัว (DM - Direct Message) ผู้ใช้จะมีความเชื่อถือ เพราะมีความสนิทสนมและไว้ใจเพื่อนในโลกออนไลน์อยู่ก่อนแล้ว แต่ผู้ใช้จะมีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงที่เพื่อนนำเสนอน้อยกว่าเชื่อในสำนักข่าว หรือนักข่าว และผู้ใช้มีความเชื่อถือเพื่อนที่รู้จักในโลกจริงมากกว่าเพื่อนที่เพิ่งจะรู้จักในทวิตเตอร์ โดยส่วนใหญ่ผู้ใช้จะมีความเชื่อถือความคิดเห็นของเพื่อน และคล้อยตามไปในทิศทางเดียวกัน จากการเก็บข้อมูลพบว่าความสนิทสนมของเพื่อนในโลกออนไลน์ ไม่ได้มีผลทำให้ข้อมูลข่าวสารมีความน่าเชื่อถือขึ้น เพราะ บุคคลเหล่านี้ไม่ได้เป็นแหล่งสารชั้นต้นในการนำเสนอ ข้อมูลอาจไม่ถูกต้องแม้ได้รับคำยืนยันจากเพื่อนในโลกออนไลน์แล้วก็ตาม

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือเพื่อนในโลกออนไลน์ที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ข่าวลือในทวิตเตอร์ถ้าเพื่อนทวิต ไม่ค่อยน่าเชื่อ เพื่อนอาจจะมั่ว แต่ก็จะมี DM ไปถามบ้าง เมินชั้นบ้าง ถามว่าเอามาจากไหน”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

“เพื่อนสนิทก็เชื่ออยู่นะแต่ต้องรอดูข่าวที่มาจากสำนักข่าวอีกที”

(@aekanat. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าสมมติว่ามีข่าวหนึ่ง แล้วนักข่าวทวิตมากับเพื่อนทวิตมา แล้วเราไม่แน่ใจว่าจะเชื่อดี ป่าว เราจะถามถามความเห็นเพื่อนนะ ว่าเชื่อมั๊ยเพราะอะไร ถ้ามันเมคเซนส์ เราก็อาจจะเชื่อหรือไม่เชื่อตามเพื่อนเรา ต้องดูก่อนว่าตรงกับที่เราเคยเชื่อมาก่อนแล้วหรือเปล่า ถ้าตรงกันก็เชื่อ แต่ถ้าแย้งกันก็ต้องถามเพื่อนว่าทำไมถึงเชื่อ แล้วเราก็ต้องไปตามที่มาของแหล่งข่าวและเหตุผล”

(@xiece1001. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

“เชื่อครึ่งนะ แต่จะพยายามหาความจริงเพิ่มเติมด้วย เช่น จริงดิ!! ถ้ารายละเอียดไม่พอ ก็ถามว่า มาจากไหน เป็นยังไงมายังไง จะให้คะแนนคนเป็นเพื่อนที่เรารู้จักมากกว่าเพื่อนในโลก

ออนไลน์ เพราะมีตัวตนให้เราพอจะรู้ว่า เขาเป็นคนอย่างไร เช่น คนนี้ไม่เคยโกหกเลย มาทวิต ก็ทำให้น่าเชื่อถือ”

(@zeemaster123. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2554)

4.1.4.2 เพื่อนในโลกออนไลน์ (Online Friend)

เพื่อนในโลกออนไลน์ เป็นเพื่อนที่เพิ่งจะมารู้จักกันผ่านการใช้งานผ่านเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะเลือกเชื่อถือเพื่อนในโลกออนไลน์ที่รู้จักกันมาในระดับหนึ่งแล้ว อาจจะเป็นการคุยกันเป็นเวลานานในโลกทวิตเตอร์ หรือมีการพบปะกันในโลกจริงแล้ว และเชื่อถือในประวัติข้อมูลของผู้ใช้คนนั้นๆ ซึ่งประวัติส่วนตัว (Bio) และ รูปภาพส่วนตัว (Avatar) มีผลต่อความน่าเชื่อถือด้วย อย่างไรก็ตามเพื่อนที่เพิ่งรู้จักในโลกออนไลน์ก็มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมาเช่นเดียวกับเพื่อนในโลกออฟไลน์ก่อนการนำมาเสนอต่อ และยิ่งมีความอันตรายกว่า เพราะต่างเป็นคนแปลกหน้าที่สามารถสร้างการนำเสนอข้อมูลปลอมแปลงกันได้ทุกคน

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือเพื่อนในโลกออนไลน์ที่นำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@tpagon @roundfinger ผมว่า บางทีไอ้เพื่อนกันนี้แหละ ไม่ approve ความคิดเห็นกันเอง แต่ไป approve ความคิดเห็นจากคนที่อยู่ไกลกว่า

“เชื่อในระดับหนึ่ง ไม่ได้เชื่อทั้งใจ เห็นได้จากกรณีสุกรีแหละ คนเชื่อมากเกินไป ถึงจะเคยเห็นหน้ามาแล้ว เคยคุยแล้ว ก็ยังหลอกกันได้เลย”

(@onlynut, สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554.)

“ไม่เชื่อก่อน จะเช็คจากแหล่งที่เราไว้วางใจได้”

(@chatsiri, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554)

“ต้องมาเจอตัวจริง คบกันเจอกันตัวเป็นๆก่อน ถ้าคนไม่เคยรู้จักกัน มันเชื่อกันยาก ต้องรู้นิสัยกันระดับหนึ่ง ความเชื่อถือก็มากขึ้น ให้ดูกรณีสุกรีเป็นตัวอย่าง คิดว่าน่าเชื่อถือ จากการมีชื่อเสียง ยังหลอกคนอื่นได้ถ้ารู้จักกันแล้ว ก็เชื่อใจกัน”

(@worawisut. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“BIO กับ Avatar ก็มีผลต่อความน่าเชื่อถือในสิ่งที่เขาวิต ของพวกนี้คือการ "อูมมาน" หรือ "ตีความ" จากภาพลักษณ์ภายนอกก่อน ซึ่งมันก็เป็นด่านแรกที่เราจะสัมผัสได้ง่ายและเร็วที่สุดฉะนั้น การเปิดเจอ Account แล้วเจอรูป Avatar มันก็ยอมเป็นเหมือนภาพแรกที่เราเจอคนๆ หนึ่งแล้วตีความว่าคนๆนี้น่าจะเป็นอย่างไร ส่วน BIO ก็เหมือนนามบัตร และคำโปรยแนะนำตัวเองแบบเดียวกับการโฆษณาหนังสือหรือหนังสือเล่มนั้นแหละ”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการวิจัยเรื่องความใกล้ชิดมีผลต่อความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ พบว่า ความใกล้ชิดทำให้ผู้ใช้มีความไว้วางใจและเชื่อถือ ผู้ใช้จะมีความเชื่อถือเพื่อนในโลกออนไลน์มากกว่า ส่วนเพื่อนในโลกออนไลน์ที่รู้จักกันแล้ว ผู้ใช้จะให้ความเชื่อถือมากกว่าเพื่อนที่ไม่รู้จักเลย ประวัติและรูปภาพก็เป็นองค์ประกอบในการสร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้ด้วย อย่างไรก็ตาม เพื่อนในโลกออนไลน์และเพื่อนในโลกออนไลน์ต่างไม่มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์เพราะไม่ได้เป็นแหล่งสารชั้นต้น

4.1.5. การยอมรับการใช้งานของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ (Acceptance)

ผู้ใช้มีการยอมรับคุณสมบัติการใช้งานของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ว่ามีข้อดีในด้านต่างๆ จึงมีความเชื่อถือในเครื่องมือนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกการยอมรับการใช้งานของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ไว้ 3 ประเภท ดังนี้

4.1.5.1 ความรวดเร็ว (Rapidly)

ทวิตเตอร์เป็นสื่อที่มีความรวดเร็วที่สุดในการนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นนักข่าวหรือผู้ใช้ทั่วไป เมื่อพบเจอเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง หรือมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารใดมา ก็มีความต้องการที่จะ

รายงานข้อมูลข่าวสารให้ผู้อื่นรับรู้ด้วย โดยที่อาจจะไม่ได้พิจารณาก่อนว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือไม่ ผู้ติดตามที่ได้รับข้อมูลข่าวสารก็จะเชื่อถือ เพราะคิดว่าเป็นการรายงานสด โดยเห็นว่าผู้ที่นำเสนอไม่น่าจะมีการหลอกลวง ส่วนใหญ่ผู้ติดตามข้อมูลข่าวสารจะอ่านข้อมูลที่นำเสนอเท่าที่ปรากฏขึ้นมาเท่านั้น ผู้ใช้ที่ไม่ได้ติดตามอ่านข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ตลอดเวลาจะไม่ตามย้อนอ่านข้อมูลเก่า จึงทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ครบถ้วน และด้วยความรวดเร็วทำให้ขาดการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องก่อนการนำเสนอ

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือการยอมรับความรวดเร็วในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

"ทวิตเตอร์มีความพิเศษคือมันดู real time ทำให้เราเชื่อมั่นว่ามันเกิดขึ้นตอนนั้นจริง ปกติก็อ่านเท่าที่ขึ้นมา หรือตามอ่านของคนที่เราอยากรู้อยากเห็น จะไม่ค่อยอ่านย้อน"

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

@Banjong_P โลกอินเทอร์เน็ตไปไวมากครับ การได้ยินเรื่องอะไรแบบรวบย่อ มันทำให้คนอารมณ์ขึ้นกันง่ายมาก และง่ายที่จะตัดสินเหตุการณ์แบบเหมารวม

"พอมันเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตแล้ว เหมือนกับผู้คนจะขาดวิจารณญาณส่วนนี้ไปเยอะมันเร็ว มันจับใจ มันง่ายไปหมด"

(@onlynut. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554.)

@MrVop ชาวในทวิตเตอร์น่าจะ "ไว" ที่สุดในทุกสื่อ แต่ต้อง "เช็คความถูกต้อง" มากเป็นสองเท่า

4.1.5.2 การตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์ (Re-check)

ข้อมูลข่าวสารในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ เมื่อมีการนำเสนอจากผู้ไปแล้ว จะมีการตรวจสอบกันเองของผู้ใช้งาน ซึ่งทำให้เหมือนเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในสังคมทวิตเตอร์ได้ แต่เนื่องจากความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร กว่าที่จะได้รับการตรวจสอบ อาจใช้เวลาพอสมควร อาจใช้ภายในวันเดียวกัน หรือหลายวันในการตรวจสอบข้อมูล

ข่าวสารที่ถูกต้อง ก่อนข้อมูลข่าวสารนั้นจะถูกเปิดเผย และข้อมูลเดิมที่ผิดพลาดนั้นผู้นำเสนอมักไม่ค่อยมีการกลับไปแก้ไขให้ถูกต้อง หรือไม่ลบข้อมูลเดิมที่ไม่ถูกต้องออก ปล่อยเลยตามเลย ทำให้ผู้ใช้บางคนที่อาจมีการตามอ่านย้อนหลัง เข้าใจตามข้อมูลข่าวสารเดิมที่ผิดๆ ทำให้เชื่อข้อมูลข่าวสารที่ผิดๆนั้นไปด้วย แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้จะมีการตรวจสอบกันเอง ซึ่งถึงแม้ว่าการตรวจสอบอาจมีความล่าช้า แต่ผู้ใช้เห็นว่าการตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์มีความน่าเชื่อถือได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลข่าวสารที่ผู้นำเสนอไม่ได้มีการตรวจสอบก่อนการนำเสนอ ทำให้มีความน่าเชื่อถือต่ำ

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือการตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์ในการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@Ajbomb อ่านข่าวใน Twitter เนี่ยมันส์สุดละ ใครพูดไม่จริงแป๊บเดียว โดนยำและมีแต่ของจริงล้วนๆ ถึงมั่วก็มั่วได้แป๊บเดียว

"เวลาทวิตผิดมักจะทำลึ้ม โดยส่วนใหญ่ คือคุยเรื่องอื่นไป เพราะมีเรื่องให้คุยเยอะ ก็ลึ้มทิ้งเรื่องนั้นไป ทิ้งๆที่เรื่องนั้น ถ้าย้อนกลับไปตอนต้นแล้ว บางทีมีการผิดไปบางอัน แล้วก็จะไม่พูดถึง อาจมีขอโทษบ้าง แต่น้อยเมื่อเทียบตีกิริกันกับเรื่องที่ผิด"

(@dr_man_a. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

@dr_man_a คุณธนา @baypalace บอกTwitter นั้นไม่สามารถเชื่อได้ทั้งหมดเพราะไม่มีการตรวจสอบข่าว

4.1.5.3 อารมณ์ ความรู้สึก (Emotion/Feeling)

ผู้ใช้ทวิตเตอร์เมื่อมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะมียารมณ์ความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เพราะบรรยากาศในการใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ทำให้เสมือนผู้ใช้มีส่วนร่วมกับการเหตุการณ์ต่างๆ เมื่อผู้ใช้อ่านเรื่องราวทางสังคมที่ผู้ใช้คนอื่นๆนำเสนอจนเป็นกระแสสังคมแล้ว ผู้ใช้จะยังมีอารมณ์ร่วม คล้อยตาม เชื่อถือในสิ่งที่ได้อ่านมา และมีการนำเสนอโดยใช้อารมณ์ความรู้สึกส่วนตัวเช่นเดียวกัน

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือการตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์ในการนำเสนอ
เรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“โดนหลอกง่าย อ่านแล้วก็อินง่ายบรรยากาศมันดูจริง”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

“คนส่วนใหญ่ในสังคมไทย น่าจะเอาอารมณ์เป็นหลักในการตัดสินใจเชื่อ 'ตัวสาร' ไตๆ”

(@onlynut. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554.)

@Onizugolf ทวิตแต่ละครั้ง... ได้ใช้ "สติ" กันบ้างมั๊ย? หรือใช้แต่ "อารมณ์" #ใจเย็นๆ

@MJ_Boyz คนคิดสมควรถูกพิพากษาเท่ากับที่เขาได้ทำผิด สังคมโปรดอย่าใช้อารมณ์
ละเลงใส่สี่เกินจริง โดยเฉพาะการทวิตข่าวลือ

@iNDSM @chyutopia ทวิตเตอร์มันทำให้ข้อมูลวิ่งเร็ว ดึงอารมณ์ออกจากจากข้อความที่
ทวิตไม่ทัน กลายเป็นเรื่องใหญ่โต < คนก็เชื่อโดยไม่กลั่นกรองก่อน

@nuttaputch หากเรานับถือพุทธศาสนากันจริงๆ เราควรกลับไปคิดว่าเหตุที่เราควรเชื่อ
นั้นตรงกับหลักศรัทธา 10 ประการหรือไม่ บางครั้งผมรู้สึกว่าประเทศไทยทุกวันนี้ ไม่ไปไหนและมี
ปัญหากันก็เพราะเรา "เชื่อ" กันแบบไม่ถูกต้อง เราใช้ความเชื่อของเราโดยไม่มีสติ ไม่ใช่ปัญญา
เหตุการณ์ที่ผ่านมาหลายครั้งไม่เคยทำให้คนไทยเรียนรู้ที่จะใช้สติในการเชื่อหรือรับฟังข่าวสาร ทั้ง
ที่เราสูญเสียกันมาไม่รู้กี่ครั้ง

จากการวิจัยในผู้ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ที่มีการยอมรับการใช้งานในลักษณะต่างๆ ทั้ง
ในด้านความรวดเร็วในการนำเสนอข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลข่าวสารกันเองของคนออนไลน์
อารมณ์ ความรู้สึกในระหว่างการใช้ พบว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความเชื่อถือในเรื่องราวทางสังคมที่มี
การนำเสนอเพราะยอมรับในการใช้งานเหล่านี้ อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงแล้วข้อมูลข่าวสาร
ต่างๆถูกนำเสนอไปด้วยความรวดเร็วและมีเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ขาด
ความน่าเชื่อถือไป ถึงแม้จะมีการตรวจสอบภายหลังจากคนผู้ใช้ด้วยกันเองแล้วก็ตาม



จากการวิจัยเรื่องการนำเสนอเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มาทั้งหมด พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้มีความเชื่อถือในแหล่งสารทั้งสำนักข่าว นักข่าว บุคคลมีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ และบุคคลทั่วไป และมีความเชื่อถือในหลักฐาน ซึ่งได้แก่ ข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ ลิงค์ การอ้างอิงแหล่งสาร ความไว้วางใจในแหล่งสารทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ความใกล้ชิดของเพื่อนในโลกออฟไลน์และโลกออนไลน์ การยอมรับการใช้งานของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ซึ่งได้แก่ ความรวดเร็ว การตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์ อารมณ์ความรู้สึกในขณะนั้น ล้วนแล้วแต่ทำให้ผู้ใช้เชื่อถือข้อมูลข่าวสารต่างๆ แต่จากการวิเคราะห์เนื้อหาตามระยะเวลาที่มีการเก็บข้อมูลแล้ว ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอมา ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะใดก็มีความน่าเชื่อถือได้ต่ำ เพราะแหล่งสารเองก็ไม่มีควมระมัดระวังในการนำเสนอและมีการบิดเบือนข้อมูลที่เป็นหลักฐานอยู่เสมอ

4.2 ความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

ผู้วิจัยศึกษาความน่าเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคม โดยวิเคราะห์จากเนื้อหาที่ผู้ใช้มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในประเด็นต่างๆ และจากการสัมภาษณ์ความน่าเชื่อถือของผู้ใช้ ผู้เชี่ยวชาญ และนักข่าว ผู้วิจัยได้จำแนกความน่าเชื่อถือของการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ได้ ดังนี้

4.2.1 แหล่งสาร (Source)

ผู้ใช้เครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ในแต่ละกลุ่มจะมีวิธีการการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงนำความแตกต่างของกลุ่มผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือในการบอกต่อ โดยจำแนกแหล่งสารออกได้ ดังนี้

4.2.1.1 สำนักข่าว (News Agency)

สำนักข่าวมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากแหล่งสารอื่นน้อย หรือไม่มีเลย ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหากสำนักข่าวใดมีการบอกต่อ ก็จะมีการบอกต่อด้วยความระมัดระวัง แต่จากการเก็บข้อมูล พบว่าบ่อยครั้งที่สำนักข่าวบอกต่อข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง และข้อมูลข่าวสารที่สำนักข่าวบอกต่อจากผู้อื่นนั้น ถ้าไม่มีความสำคัญมาก หากมีความผิดพลาดจะไม่มีกรกลับมาแก้ไข จึงทำให้การ

บอกต่อจากสำนักข่าวมีความน่าเชื่อถือได้ไม่มาก อย่าเชื่อถือทั้งหมด โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สำนักข่าวบอกต่อจากผู้ทั่วไป

- ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของสำนักข่าวที่มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ถ้าสำนักข่าว รีทวิตผิด นี่เสียหายนะความ กดดัน ความรับผิดชอบมันต่างกับนักข่าวมากเลย”

(@onlynut. สัมภาษณ์, 26 มกราคม 2554.)

“ถ้าสำนักข่าวเอง ยังรีทวิตผิด มันก็มีผลอะนะ ถ้าไม่เชื่อถือทวิตเตอร์สำนักข่าวเอง แล้วจะไปเชื่อถือใคร ทวิตเตอร์ของสำนักข่าวมีคนทำมีคนดูแลอยู่หลายคน จะมีหัวหน้าหรือหัวหน้ากองอยู่ แต่เค้ายังไม่ได้มี บรรณาธิการ ทวิตเตอร์ แต่ถ้ามองจริงๆ ด้วยความที่เป็นหัวหน้ากอง เค้าจะตรวจสอบความถูกต้องอยู่แล้ว”

(@yokekung. สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2554)

4.2.1.2 นักข่าว (Reporter)

เรื่องราวที่เป็นกระแสสังคมส่วนใหญ่เกิดจากการที่นักข่าวจุดกระแสบอกต่อในเรื่องนั้นๆ และผู้ใช้ทำการบอกต่อ จึงทำให้เกิดกระแสสังคมขึ้น ข้อมูลข่าวสารที่มาจาก การบอกต่อของนักข่าวจะมีความน่าเชื่อถือน้อยกว่าข้อมูลข่าวสารที่บอกต่อมาจากสำนักข่าวเพราะสำนักข่าวจะมีความระมัดระวังมากกว่า ซึ่งนักข่าวมีการกลั่นกรองตรวจสอบข้อมูลข่าวสารในระดับหนึ่ง ส่วนนักข่าวที่มีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากบุคคลทั่วไป ผู้ใช้เห็นว่ามีที่น่าเชื่อถือ เพราะ นักข่าวต้องมีการตรวจสอบแล้วว่าข้อมูลนั้นถูกต้อง โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้จะมีการติดตามนักข่าวที่มีชื่อเสียงมากกว่านักข่าวทั่วไป เพราะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลเดียวกัน โดยที่นักข่าวที่มีชื่อเสียงจะมีการบอกต่อนักข่าวด้วยกันเอง ซึ่งความน่าเชื่อถือจะมีในระดับหนึ่ง เพราะนักข่าวทั่วไปมีการกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารมาแล้วขั้นหนึ่ง แต่ถ้านักข่าวที่มีชื่อเสียงบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากบุคคลคนทั่วไป ข้อมูลข่าวสารนั้นอาจมีการผิดพลาด จึงมีความน่าเชื่อถือได้น้อยกว่าซึ่งนักข่าวทั่วไปและนักข่าวภาคสนามก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม นักข่าวอาจจะไม่ได้มีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารละเอียดก่อนการบอกต่อ เพราะต้องการความรวดเร็วในการนำเสนอ

จึงทำให้ความน่าเชื่อถือในการบอกต่อจากนักข่าวนั้นมีไม่มากนัก ต้องอยู่ที่วิจารณญาณในการรับสารของผู้ใช้

• ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของนักข่าวที่มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ก็อยากให้นักข่าวตรวจสอบข้อมูลก่อนทวิต อย่าใส่อารมณ์กะเนื้อข่าว เพราะคนที่ตามนักข่าวเยอะ รีทวิตกันไว้มันค่อนข้างไว หรือยังคิดเรื่องความถูกต้อง เพราะคนทั่วไปเขาก็คงเชื่อมั่นว่ามาจากนักข่าว ก็น่าจะถูกแล้ว”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“เราเป็นนักข่าว ส่วนใหญ่ถ้าข่าวไหนน่าสนใจก็ RT ถ้าเรื่องใหญ่ ก็จะสงสัยก่อนว่าจริงหรือไม่ แล้ว DM ถาม ถ้าข่าวทั่วไป ไม่ต้องถามเพราะนักข่าวด้วยกันเองเขาเขียนไม่ผิดแน่ แต่ถ้ามันไม่ตรงกับที่เรารู้ ก็จะสงสัยว่าผิดหรือเปล่า”

(@New_NBC. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“นักข่าวพอมีประสบการณ์ในการใช้ จะไม่รีทวิตแบบสุ่มสี่สุ่มห้า พอเราทวิตผิด ทำได้อย่างเดียวคือแก้ไข”

(@sresuda. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2554)

“ถ้านักข่าวรีทวิตคนธรรมดา เรื่องความน่าเชื่อถือคิดว่ายังพอมี เพราะนักข่าวจะต้องคิดก่อนจะแสดงข่าวออกไป และรับผิดชอบต่อข่าวด้วย เพราะจรรยาบรรณนักข่าวที่ดี น่าจะมีการวิเคราะห์แล้ว”

(@zeemaster123. สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2554)

“จะตามนักข่าวที่รู้จัก คนอื่นไม่ตามเพราะเดี๋ยวก็มีคน RT เลยไม่ follow ให้รบกวนไม่ทัน”

(@ouimu. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554.)

@dr_mana คุณธาม @timese7en บอกว่าคุณ @suthichai ใช้ RT นักข่าวค่ายเนชั่น 75 % ทำให้ข้อมูลข่าวในทวิตเตอร์อาจไม่หลากหลายอย่างที่คิด

@dr_mana คุณธนา @baypalace บอกว่า ที่คุณสุทธิชัย @suthichai เขียนใน Twitter เชื่อได้ แต่ถ้า RT ให้คิดให้ดีกว่า เพราะมีโอกาสพลาดสูง #utcc_jr

“ตัวของนักข่าวเอง คนให้เครดิตกันค่อนข้างแต่บางครั้ง กลัวตกข่าว กลัวส่งข่าวช้า กลัวไม่ใช่เป็นที่หนึ่งของการบอกต้นตอรายงาน”

(@dr_mana. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

4.2.1.3 บุคคลมีชื่อเสียง

บุคคลที่มีชื่อเสียงมีการใช้การบอกต่อกันมาก เพราะตนเองมีผู้ติดตามมาก จึงคิดว่าการกระจายข้อมูลข่าวสารให้ผู้อื่นรับรู้ด้วยเป็นประโยชน์ ผู้ใช้ที่ชื่นชอบบุคคลที่มีชื่อเสียงมีความเชื่อว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง ทำให้ผู้ใช้บอกต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆตามบุคคลที่มีชื่อเสียง โดยไม่ได้ใช้วิจารณญาณก่อนการเลือกเชื่อ อย่างไรก็ตามการบอกต่อจากบุคคลที่มีชื่อเสียงมีความน่าเชื่อถือได้ไม่มาก เพราะปราศจากการกลั่นกรองก่อน เป็นเพียงแค่ความต้องการตามกระแสเท่านั้น นอกจากเรื่องราวทางสังคมนั้นจะเกี่ยวข้องกับบุคคลมีชื่อเสียงผู้นั้น จึงจะมีความน่าเชื่อถือได้

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของบุคคลมีชื่อเสียงที่มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“คิดว่ากระแสสังคมปกติแล้วคนธรรมดาเป็นคนทำให้เรื่องกว้างขึ้น แต่ถ้าคนดัง จุดประเด็นก็น่าสนใจกว่า”

(@yokekung. สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2554)

“เรื่องความเชื่อถือ คนที่ทวิตจะอ้างอิงคนที่ เป็นแบบอย่างก่อน คือคนที่เล่นทวิตเตอร์แต่ละคนจะมีไอดอลของตัวเอง และก็ตามไอดอล ของตัวเอง สมมุติว่า เป็นดารา ซึ่งได้รับข่าวมา ดาราคนนั้นก่อนที่เค้าจะทวิต เค้าต้องคิดก่อนแล้วว่ามันน่าเชื่อถือ เพราะถ้าเค้าทวิตไป คนอื่นเชื่อตามเค้า เกิดผิด มันก็เหมือนกับว่ากรองระดับหนึ่ง แต่ก็ไม่ใช่ว่าดาราไม่ผิด บางที่ดาราก็ยังทวิตผิด”

(@yokekung. สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2554)

“RT เหล่าเซเลบ รกตามมมาก. ไม่คิดอะไรเองต้อง RT พวกนี้ตลอด ทำให้ความคิดเรา เป็นกลุ่มก้อนเกินไป”

(@chatsiri. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554)

“ต่อไปเป็นเซเลบหรือนักข่าวก็ตาม ข่าวลือก็คือข่าวลือ คนต้องใช้วิจารณญาณให้ออกว่า ข่าวลือไหนควรพูด หรือไม่ควรพูด”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.2.1.4 ผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญจะมีความน่าเชื่อถือค่อนข้างสูงในการบอกต่อเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชี่ยวชาญนั้นๆ แต่หากเป็นเรื่องที่บอกต่อมาจากผู้อื่น ความน่าเชื่อถือจะลดลง

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของผู้เชี่ยวชาญที่มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ถ้ามีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นก็เชื่อนะ การบอกต่อเรื่องที่เขารู้มาแสดงว่าน่าเชื่อถือได้”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าผู้เชี่ยวชาญรีทวีตมาจากคนอื่นจะถามกลับเลย หากเขาทวีตมาแล้วเราไม่เชื่อ”

(@chatsiri. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554)

4.2.1.5 บุคคลทั่วไป

บุคคลทั่วไปส่วนใหญ่จะมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารที่มีความน่าสนใจ ซึ่งการบอกต่อนั้นมีทั้งการบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ และบอกต่อผู้ใช้งานทั่วไป ผู้ใช้มีความเชื่อถือในบุคคลเหล่านี้จึงมีการบอกต่อ ในกรณีที่ผู้ใช้ทั่วไปมีการบอกต่อผู้ใช้งานด้วยกันเอง ผู้บอกต่อจะมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารผู้ใช้งานที่รู้จักกันในระดับหนึ่งแล้ว ผู้ใช้งานมีความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่มีการบอกต่อกันมา เพราะข้อมูลทั้งหมดในกระแสสังคม

เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว อาจเป็นเพียงแค่กระแสที่ตามๆกันมาเท่านั้น ซึ่งกระแสสังคมนั้นอาจจะไม่ถูกต้องทั้งหมดเลยก็เป็นได้ ผู้บอกต่อที่เป็นผู้ใช้งานทั่วไป จะมีการบอกต่อ โดยมีความเชื่อว่า หากมีความผิดพลาดก็ไม่ได้มีผลเสียเท่าใดนัก เพราะมีคนติดตามไม่มาก ปัจจุบันนี้บุคคลทั่วไปที่เป็นผู้ใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์จะมีความรู้สึกที่ตนเองเป็นเหมือนนักข่าวพลเมืองที่จะต้องช่วยกันบอกต่อข้อมูลข่าวสารให้มีความรวดเร็วที่สุด ซึ่งความรวดเร็วนี้เองที่มักทำให้เกิดความผิดพลาดได้ง่าย ดังนั้น การบอกต่อกันมาของบุคคลทั่วไป จึงมีความน่าเชื่อถือได้ต่ำ

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของบุคคลทั่วไปที่มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“จะรีทวิตนักข่าวนะ ผิดก็ไม่ใช่เรื่องของเรา ถ้าคนอ่านของเราแล้วไม่ถูก จะได้โยนความรับผิดชอบไปที่นักข่าว”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

@Mesapril จะ RT เฉพาะจากคนที่เราตามนานแล้ว และเชื่อใจกันได้ และมีข้อมูลหรือลิงค์อ้างอิงด้วย คือ เราตามเค้ามานาน และจากอาชีพที่เค้าทำ มีความชำนาญ

“คนทั่วไปหรือนักข่าวก็เหมือนกัน ใน twitter เราต้องรู้จัก verify ข่าว ^^ หลายคนไม่เคย verify ข่าวเลย ให้ข้อมูลผิดๆประจำ”

(@sresuda. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2554)

“นักข่าวในพื้นที่ใช้ไม่เป็น แต่นักข่าวพลเมืองใช้ไม่เป็น ขอให้เร็วที่สุด เพราะถ้านักข่าวพลเมืองอยากให้มี Follower เยอะๆ อยากให้คนตาม อยากเป็นเซเลบ ก็เลยทำให้ตัวเองรวดเร็วแต่เร็วจะจนบางทีมันก็ผิดพลาด”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2554)

การวิจัยการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมจากแหล่งสารพบว่า ไม่ว่าจะป็นสำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคคลทั่วไป ล้วนแล้วแต่มีความน่าเชื่อถือได้น้อย เพราะ เมื่อมีกระแสตามๆกันมา ต่างคนก็ต่างอยากบอกให้ผู้อื่นรับรู้เรื่องราวทางสังคมนั้นด้วย โดยที่ยังไม่รู้ว่

เรื่องจริงคืออะไร ทำให้การบอกต่อกันมา ขาดความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้ใช้งานถึงแม้จะรู้ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นไม่ถูกต้อง ก็มีการบอกต่อไปแล้ว เพราะต้องการนำเสนอให้ผู้อื่นรับรู้ด้วย จึงทำให้เกิดความผิดพลาดบ่อยครั้ง

4.2.2 หลักฐาน (Evidence)

หลักฐานของการบอกต่อในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ มีลักษณะเช่นเดียวกับการนำเสนอ ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกหลักฐานเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

4.2.2.1 ข้อความ (Message)

ข้อความพื้นฐานหลัก ของการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ซึ่งสามารถแบ่งแยกข้อความออกได้ คือ

- ก. ข้อเท็จจริง (Fact)
- ข. ความคิดเห็น (Opinion)

ก. ข้อเท็จจริง (Fact)

การบอกต่อในทวิตเตอร์ ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะไม่สนใจว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือไม่ จะบอกต่อก็คือเมื่อการนำเสนอของผู้นั้นมีความน่าสนใจ ความชื่นชอบในข้อความนั้นทำให้มีการบอกต่อโดยทันที การบอกต่อในทวิตเตอร์ มีทั้งการบอกต่อโดยการบอกต่อทั้งข้อความอย่างเป็นทางการ (Retweet) และการบอกต่ออย่างไม่เป็นทางการ (RT) โดยการบอกต่ออย่างไม่เป็นทางการสามารถเพิ่มเติมข้อความลงไปได้ด้วย ซึ่งทำให้บางครั้งมีการบิดเบือนข้อมูล แก้ไขข้อมูล หรือเข้าใจในข้อมูลผิดๆ ทำให้ข้อมูลผิดเพี้ยนไป บางครั้งมีการตัดคำ ตัดประโยคเพื่อที่จะส่งข้อความได้ภายใน 140 ตัวอักษร และยังมี การบอกต่อกันหลายทอด ข้อเท็จจริงที่มีการแก้ไขเปลี่ยนแปลงทำให้ข้อมูลผิดเพี้ยนไปอย่างมาก บ่อยครั้งที่ข้อมูลในทวิตเตอร์เป็นการกระจายข้อมูลที่ผิด แต่ด้วยความรวดเร็วทำให้ข้อมูลข่าวสารกระจายไปด้วยความรวดเร็ว และไม่มีผู้ใช้กลับมาแก้ไขข้อมูลก่อนหน้าที่ผิดไป ผู้ใช้บางคนจะใช้วิธีการบอกต่อจากแหล่งข้อมูลที่เป็นผู้นำเสนออันดับแรก แต่ด้วยความรวดเร็วของข้อมูล และผู้ใช้ไม่ได้ตามทุกคนที่เป็นแหล่งข้อมูลชั้นต้น จึงทำให้ไม่สามารถบอก

ต่อข้อเท็จจริงจากข้อเท็จจริงขั้นต้นได้ ผู้ใช้ที่ใช้งานมานานหรือใช้งานมาระยะหนึ่งแล้วพบเจอประสบการณ์จากการบอกต่อที่ผิดพลาด จะมีความระมัดระวังในการบอกต่อมากขึ้น แต่เนื่องจากผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นบุคคลทั่วไป ซึ่งไม่มีความเชี่ยวชาญในการใช้ทวิตเตอร์ ทำให้บอกต่อโดยไม่คิดก่อน มีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารในทวิตเตอร์มากเกินไป จึงทำให้การบอกต่อข้อเท็จจริงต่อๆกันมาขาดความน่าเชื่อถือ

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของข้อเท็จจริงในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ปกติไม่ค่อยคิดเรื่องความเชื่อเท่าไรหรอกค่ะ เป็นพวกรับสารอย่างเดียวซะมากกว่า ถ้าชอบก็รีทวีตเลยคะ เวลา RT แล้วประโยคยาวเกิน 140 ตัวอักษรจะตัดบางคำทิ้ง ย่อคำไหนได้ก็ย่อหรือตัดบางท่อนทิ้งไป ท่อนที่เห็นว่าไม่โดน ไม่สำคัญ ไม่ใช่ประเด็น”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

@nuttaputch เอาเข้าจริง ข้อความต่าง ๆ สามารถ Make RT ขึ้นมาเองได้ด้วยซ้ำ ซึ่งน่ากลัวมากกว่าจะจริงหรือไม่จริงอย่างไร

@mor_maew สิ่งที่น่ากลัวในสมัยนี้ คือการกระจายข้อเท็จจริงผิดๆ ที่แม้แต่นาโดนจับได้แล้วก็ยังกระจายแบบผิดๆต่อ

“ยังมี RT หลายทอด ยังมีการตัดข้อความ บางที่เรา RT อันที่เค้าเขียนต่อ หลายอัน เรา RT แคบงอัน หรือบางทีเห็นมีการเข้าใจผิด เช่น คนที่เขียนต่อ เค้ามีข้อแม้ ในทวิตหลัง เช่นทวิตแยกกรณีคนที่อ่านอันเดียว ทวิตกลับมาด่าก็มี ไม่ได้อ่านอันที่เค้าบอกว่า แต่ในกรณีที่จะมีข้อยกเว้น เช่นบอกว่า เห็นมาริโอ้ เดินกะใครไม่รู้ที่สยาม คนต้อง RT กันไปแล้ว พอเขียนอันต่อมา แฮ้ย ไม่ใช่เค้ามาคนเดียว ใครจะตามมา RT แก้วไช”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ถ้าทวิตเรื่องด่วน กว่าคนจะเห็น กว่าจะ RT มันก็เลยเวลาแล้วปะ ถ้ายังงั้นควรลงเวลาไว้ ถ้าด่วนจริงจะได้รู้ว่ามันยังด่วนอยู่มั๊ย”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ถ้าเป็นข่าวลือ เมื่อก่อนอาจ rt แต่ หลายเดือนที่ผ่านมาปรับปรุงตัวถามหา ref ก่อน”

(@sourcoad. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

- “ข่าวลือในทวิตเตอร์จะเชื่อไม่เชื่ออยู่เป็นกรณี และวิจารณ์ญาณส่วนตัวของคนเล่น โดยส่วนตัว คิดว่าถ้ามีข่าวลืออะไร อ่าน รับสาร แต่อย่าเพิ่งบอกต่อถ้าไม่จำเป็น เพราะยังไม่ได้รับการคอนเฟิร์ม หากข่าวลือสร้างความเสียหายแล้ว เราจะเป็นส่วนหนึ่งของการทำร้ายนั้นด้วย ทางที่ดี รอมีแหล่งข่าวยืนยัน หรือมีหลักฐานอะไรประกอบจะดีกว่า เพราะบางทีอาจทำให้เกิด panic เกิดจากสารอะไรก็ตามที่เกี่ยวข้องกับคน และความกลัว เช่นความตาย อุบัติเหตุ ฯลฯ ของพวกนี้ทำให้คนกลัวได้เร็วมาก และต้องรีบบอกต่อทันทีจนลืมเช็คความจริงที่เป็นอย่างนี้เพราะอะไร เพราะเมื่อไรก็ตามที่ข่าวลือเกี่ยวข้องกับชีวิต คนจะรู้สึก “รอไม่ได้” “รอตรวจไม่ได้” เพราะถ้าข่าวลือจะเป็นผลถึงชีวิต แต่ลืมไปว่าบางครั้งมันถ้าไม่จริงมันส่งผลแรงกว่า เช่นข่าวลือเรื่องแพรวา มันทำให้คนเกิดความรู้สึกเกลียดชัง ประณาม ซึ่งจะบอกว่าการหลังจากความจริงปรากฏแล้วจะลืมกัน แต่สิ่งที่คนลืมคิดไปคือแรงกดดัน แรงโกรธแค้นที่มาจากข่าวลือซึ่งเจ้าตัวต้องรับนั้น ใครขอโทษ?”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

ข. ความคิดเห็น

ผู้ใช้ทวิตเตอร์มักจะบอกต่อความคิดเห็นที่ชื่นชอบ และบ่อยครั้งที่แยกแยะไม่ออกระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็น เป็นเพียงความชื่นชอบในข้อความนั้น เมื่อมีการบอกต่อข้อความใดๆ จากการนำเสนอแล้วมักจะใส่ความคิดเห็นของตนเองลงไปด้วย เป็นการมีส่วนร่วมในข้อมูลข่าวสารนั้นๆ เมื่อผู้ใช้เชื่อถือในความคิดเห็นด้วย จึงทำให้การบอกต่อความคิดเห็นเป็นเรื่องที่อันตราย เพราะอาจเกิดความเข้าใจผิดต่างๆ ได้ ซึ่งการบอกต่อความคิดเห็นเป็นสิ่งที่ไม่น่าเชื่อถืออยู่แล้ว

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของความคิดเห็นในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@aston_ed @jubchaiman สื่อก็คงกินข่าวมีข่าวก็มีเงิน<สื่อนะผมไม่หวังเขารู้ว่าเขาทำอะไรอยู่แต่หวังคนที่รับสื่อแล้วทวิตความเห็นตัวเองลงไป

“ทวิตเตอร์มันมีความเห็นส่วนตัวปนในเนื้อหา รึทวิตไปมาก็ไม่รู้แล้วว่าอันไหนชาวจริงอันไหนความเห็นคนรึทวิต”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“ทวิตมันให้เราแสดงความคิดเห็นจริงได้ด้วยการทำให้ดูชาวแล้วไม่เบื่อ ทวิตเตอร์อะมันสนุก เราได้มีส่วนร่วม”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“การบอกต่อโดยไม่ยั้งคิด แล้วคนจำนวนมากแยกไม่ออก ดูไม่เป็น”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ต้องไปดูก่อนว่าที่คนทวิตบอกต่อกันนั้น เป็นการทวิต "What's Happening, from source" หรือ "What am I thinking, from source"”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.2.2.2 ภาพ

ภาพเป็นสิ่งที่ผู้ใช้เห็นว่าเป็นหลักฐานที่มีความน่าเชื่อถือมาก จึงมีการบอกต่อภาพ พร้อมทั้งใส่คำบรรยายรูปภาพ ซึ่งบางครั้งภาพกับข้อความที่บรรยายอาจจะไม่ได้ไปในทิศทางเดียวกัน การบอกต่อกันมาทำให้ภาพและข้อความอาจไม่สอดคล้องกัน จนขาดความน่าเชื่อถือ

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของภาพในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“การบอกต่อในทวิตเตอร์ก็เหมือน Forward mail บาง Forward เราจะรู้ได้ยังไง ไม่จริงก็เยอะ ทุกวันนี้ ต้องเช็คก่อนทุกครั้ง”

(@iwheale. สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2554)

4.2.2.3 เสียง/วิดีโอ

การบอกต่อเสียงและวิดีโอก็เช่นเดียวกับการบอกต่อภาพ อาจมีการใส่คำบรรยายเสียง และวิดีโอต่อกันมา จนเกิดความบิดเบือนได้ เสียงและวิดีโอที่บอกต่อกันมา ความน่าเชื่อถือจึงมีไม่มาก แต่ผู้ใช้นักจะเชื่อถือเพราะเป็นหลักฐานที่เห็นได้ชัดเจน

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของเสียง/วิดีโอในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

"เชื่อค่ะ เพราะเป็นภาพเคลื่อนไหว คนถ่ายคลิปไม่น่าโกหก"

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

"คลิปเค้าถ่ายมาจริงๆ เลยเชื่อ"

(@Aekanat. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554)

4.2.2.4 ลิงค์

ผู้ใช้ส่วนใหญ่ไม่มีการเปิดลิงค์ที่แนบมาด้วยการบอกต่อข้อมูลข่าวสาร การบอกต่อลิงค์ โดยที่ไม่อ่าน ทำให้การแพร่กระจายข้อมูลไปไกล ซึ่งถ้ามีผู้ที่เปิดอ่านแล้วเชื่อในสิ่งที่บอกต่อกันมา จะเกิดความเสียหายได้ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือทั้งผู้ใช้ที่บอกต่อข้อมูลที่มีการแนบลิงค์มา และข้อมูลที่มีการบอกต่อนั้น

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของลิงค์ในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

"Social media มันไว มันก็ตัดสินใจเหมือนกัน บางทีเรารีทวีตโดยที่ไม่ได้อ่านตัว ลิงค์ ซึ่งอันตรายนะ ถ้า ลิงค์ต่อไปแล้วมันอีกเรื่องหนึ่ง แล้วมันเป็นเรื่องที่ไม่ดี คนที่รีทวีตมันก็อันตราย ถ้าคนนั้นเป็นคนที่เป็นเซเลบหรือคนที่มีชื่อในบางเรื่อง มันจะทำให้เค้าเสียได้ง่าย ทุกคนแม้กระทั่งนักข่าวที่มีชื่อเสียงรีทวีตต่อมาจากใครควร ได้อ่านทุกลิงค์ที่นักข่าวเค้าทวีตมา"

(@dr_mana. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

4.2.2.5 การอ้างอิงชื่อแหล่งสาร

การบอกต่อที่มีการใส่แหล่งที่มา ทำให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งแหล่งที่มาจะต้องเป็นแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือได้ เมื่อมีการบอกต่อกันมา บางครั้งมีการตัดการอ้างอิงแหล่งสารออก และข้อความก่อนหน้าก็อาจจะไม่ใช่ข้อมูลที่ถูกต้อง ทำให้การบอกต่อและใส่แหล่งสารมีความน่าเชื่อถือเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของการอ้างอิงชื่อแหล่งสารในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

@roundfinger การ RT ในทวิตเตอร์ เพิ่มพูนทักษะในการ "อ้างอิง" หรือ "ให้เครดิต" แหล่งที่มาของความคิดและคำพูดของผู้คน

@nuttaputch ยังไงถ้าจะ RT หรือทวิตอะไร ระบุแหล่งข่าวและตรองดูก่อนนะครับ เพื่อไม่ให้เกิดความคลาดเคลื่อนหรือเข้าใจผิด

“ ควรเพิ่มการดูที่มาหน่อย ถ้า RT กันหลายทอด ควรกดไปดูต้นตอ”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

จากการวิจัยหลักฐานที่ปรากฏในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในสื่อเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ พบว่าทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ การอ้างอิงแหล่งสาร ที่บอกต่อกันมา มีลักษณะของความไม่น่าเชื่อถือ เพราะระหว่างทางการบอกต่อนั้น อาจมีการตัดทอนข้อมูล มีการเพิ่มเติมข้อมูล มีการบิดเบือนข้อมูลไปจากความเป็นจริง บิดเบือนไปจากหลักฐานชั้นต้น ยิ่งบอกต่อหลายชั้นมากขึ้น ก็ยิ่งมีการบิดเบือนมากขึ้น ความน่าเชื่อถือยิ่งลดลง

4.2.3 ความไว้วางใจ (Reliability)

ความไว้วางใจในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมเกิดจากความเชื่อมั่นและการยอมรับในแหล่งสารเช่นเดียวกับการนำเสนอ การบอกต่อเรื่องราวทางสังคมส่วนใหญ่เป็นเพราะความ

ไว้วางใจในแหล่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ ไม่ว่าจะป็นสำนักข่าว นักข่าว บุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อน แต่ถ้าเป็นบุคคลทั่วไปที่ไม่รู้จัก ผู้ใช้ก็มีความไว้วางใจน้อย เชื่อได้น้อย

* ตัวอย่าง ความไว้วางใจแหล่งสารในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ประเด็นของผู้รับสาร มันเป็นปัญหา คือผู้รับสารบางคนไวต่อสาร ไม่ได้เช็คเรื่องนี้หรอก เห็นว่าเป็นใครสักคนซึ่งดูดีหน่อยทวิตออกมา แล้วก็ไปเชื่อ แล้วก็รีทวิตหรือไปบอกต่อๆ แล้วถ้าสารนั้นน่าเชื่อถืออยู่ในตัวจริงๆ ที่ไม่ใช่ มันอาจจะป็นปัญหาได้”

(@iwhale. สัมภาษณ์, 9 กุมภาพันธ์ 2554)

“กรณีทวิตมาจาก User ที่เราไม่ค่อยรู้จัก และไปดูใน Bio พบว่าไม่บอกว่าเป็นใคร ข้อมูลข่าวสารที่เป็นกระแสสังคมที่เขาทวิตออกมาก็จะได้รับความเชื่อถือน้อยลง และเราจะไม่มีทวิตข้อความเหล่านี้เด็ดขาด ไม่ไว้ใจ”

(@spin9. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“ที่จะเชื่อถือคนที่เป็นคนปล่อย ดูว่าคนปล่อยนั้นเป็นใคร แต่ก็ไม่ใช่ว่าคนปล่อยจะถูกเสมอ นะ อันนั้นก็เช็คข้อมูล เช็คว่างน้อย 2-3 ชั้น แล้วก็ background ของคนนั้น ถ้า background คนนั้นพลาดบ่อย เราก็ไม่กล้ารีทวิตซ้ำ เพราะมันกลายเป็นเราเอาคำพูดของคนอื่นมาพูดเป็นคำพูดของเรา เพราะฉะนั้นถ้าผิด มันจะกลายเป็นว่าเราผิด เชื่อว่าในสังคมออนไลน์ ทุกคนเคยทำพลาดหมด เพราะว่ามันเป็นของใหม่ มันไม่มีการเรียนการสอน พ่อแม่ไม่สอน ครูก็ไม่สอน ทุกคนเรียนรู้ด้วยตัวเอง เพราะฉะนั้น มันมีการผิด Top5 Top10 Twitter User ในประเทศไทยผิดพลาดกันมาหมด เพราะฉะนั้น มันต้องผิดบ้าง เราคงจะบอกไม่ได้ว่าเชื่อหรือไม่เชื่อแค่นั้น คนที่จะเชื่อในข้อมูลในทวิตเตอร์ให้เชื่อครึ่งหนึ่ง คือ มันไม่เหมือนกับเมื่อก่อนที่ผู้ใหญ่สอนว่า พ่อแม่ ครู พูดอะไรแล้วให้เชื่อ แต่เดี๋ยวนี้ในทวิตเตอร์ ถึงแม้ว่าจะเป็นครูของเราก็ตาม แต่ให้เราเชื่อครึ่งหนึ่ง เพราะเราไม่รู้ว่า คำไปเอาข้อมูลจากที่ไหน เราประเมินคำไม่ถูกว่าคำเป็นคนที่มีความจรรยาบรรณในการกรองข้อมูล สมัยก่อนถ้าครูจะสอนเรา ครูต้องเตรียมการสอน กว่าจะได้มาพูด มันกรองมาหลายชั้น พอมาเป็นสื่อแบบนี้ มันเสียวินาที ก็คือ ห้าสิบ ห้าสิบ ควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ”

(@sresuda. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2554)

4.2.4 ความใกล้ชิด

ความใกล้ชิดในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ มีลักษณะเช่นเดียวกับการนำเสนอ ความใกล้ชิดมีผลต่อความน่าเชื่อถือในเนื้อหาที่มีการบอกต่อ ผู้วิจัยได้แบ่งความใกล้ชิดออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.2.4.1 เพื่อนในโลกออฟไลน์ (Offline Friend)

ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะเชื่อในสิ่งที่เพื่อนนำเสนอ และมีการบอกต่อข้อมูลข่าวสาร อาจไม่ได้เชื่อทั้งหมด แต่สิ่งที่เพื่อนนำเสนอ นั้นอาจตรงกับความคิด ความเชื่อของตนเองมาก่อนหน้า ทำให้มีการบอกต่อสิ่งที่เพื่อนนำเสนอ นั้น ซึ่งการที่เพื่อนบอกต่อข้อมูลข่าวสารมาอาจเป็นการบอกต่อข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง หากมีการกระจายข้อมูลไป ทำให้มีการกระจายข้อมูลผิดๆต่อไปอีก การบอกต่อของเพื่อนในโลกออฟไลน์จึงมีความน่าเชื่อถือได้ไม่มาก

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของเพื่อนในโลกออฟไลน์ในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“เพื่อนเชื่อเพื่อนแต่ก็ประกอบว่ามันรีทวีตอะไรมาด้วยนะ”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“ส่วนมากจะตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนรอดูกระแสจากคนอื่น ๆ ก็ต้องดูว่าเพื่อนมันรีทวีตมาจากใคร เรื่องบางเรื่องเราไม่จำเป็นต้องเชื่อ ไม่ใช่ไม่ไว้ใจ แต่เวลาเราจะรีทวีตใคร เราก็เลือกที่มันตรงกะความคิดเรา เพื่อนเราก็เหมือนกัน แค่ว่าเลือกที่ตรงกะความคิดเค้า แค่อาจจะไปรีทวีตของใครมาก็ได้ และคนทวิตคนแรกอาจจะเป็นคนที่ที่ส่วนได้ส่วนเสียกับประเด็นนั้นๆ แบบนี้ก็จะสงสัยไว้ก่อนว่าอคติ”

(@superjubu. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“เพื่อนทวิตไรซ์ทุกอย่างแล้วแก เราก็ RT ที่แก แต่ก่อนมันจะแก มีคน RT ไปแล้วอะ มีคนเมนชั่นมาบอกด้วย ว่าข่าวผิด เจื่อนเลย ก็ได้แต่ RT ที่แกไปเรื่อยๆอะ ก็ทำได้แค่นั้น”

(@amp_cuband. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.2.4.2 เพื่อนในโลกออนไลน์

ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะบอกต่อข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนในโลกออนไลน์ที่น่าสนใจ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ เพียงแค่รู้สึกว่าการโพสต์นั้น น่าบอกต่อ อาจเป็นประเด็นเร่งด่วนที่ต้องรีบบอกให้ผู้อื่นรับรู้ ถ้าบอกต่อซ้ำจะไม่ทันการณ์ ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ยังไม่ได้มีการตรวจสอบจากผู้ใดเลย ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ โดยความน่าเชื่อถือจะต้องตามไปดูจากต้นเรื่องด้วยว่าเพื่อนบอกต่อมาจากแหล่งสารใด

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือของเพื่อนในโลกออนไลน์ในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

“ถ้าเป็นเหตุด่วน เพื่อนทวิตหรือรีทวิตมาจะเชื่อและบอกต่อเลยเพราะสัญชาตญาณความเอาตัวรอดมันบอกว่าจะต้องหนีตายต้องรีบรับบอกต่อให้คนอื่นรู้จะได้รีบหนีทัน”

(@aekanat. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554)

“ก็ต้องดูว่าเขารีทวิตมาจากใครแล้วข้อความที่รีทวิตเป็นแนวไหน”

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการวิจัยพบว่าความใกล้ชิดในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมมากขึ้น อย่างไรก็ตามเพื่อนในโลกออนไลน์ หรือเพื่อนในโลกออนไลน์ที่มีการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมกันมา มีความน่าเชื่อถือน้อย เพราะไม่ทราบว่าคุณสมบัติที่บอกต่อมา มีความถูกต้องหรือไม่

4.2.5 การยอมรับการใช้งานของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ (Acceptance)

ผู้ใช้มีการยอมรับคุณสมบัติการใช้งานของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ว่ามีข้อดีในด้านต่างๆ จึงมีความเชื่อถือเครื่องมือนี้ ผู้วิจัยได้จำแนกการยอมรับการใช้งานในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ไว้ ดังนี้

4.2.5.1 ความรวดเร็ว (Rapidly)

ความรวดเร็วของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ทำให้การกระจายข้อมูลข่าวสารต่างๆเป็นไป ด้วยความรวดเร็ว เมื่อผู้ใช้คนหนึ่งนำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะมีผู้บอกต่อจำนวนมากเพราะ ผู้บอก ต่อมีความต้องการให้ผู้อื่นรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้วยความรวดเร็วที่สุดด้วย และถ้าข้อมูลข่าวสารไม่ได้ เป็นความจริง การบอกต่อจำนวนมาก จะทำให้ผู้ใช้คนอื่นๆคิดว่าเป็นข้อมูลที่แท้จริง ทำให้เกิด ความเชื่อถือตามๆกันมา เมื่อข้อมูลมีความผิดพลาดและหากมีการแก้ไข กว่าผู้บอกต่อคนอื่นๆจะ บอกต่อแก้ไขด้วยนั้น ข้อมูลข่าวสารก็แพร่กระจายไปไกลแล้ว อีกทั้งข้อความที่แก้ไขนั้น ผู้บอกต่อ อาจไม่ได้แก้ไขปล่อยเลยตามเลย ทำให้เกิดความเข้าใจผิดแก่ผู้ที่ติดตามต่อๆกันมาได้ง่าย

ตัวอย่าง ความน่าเชื่อถือในการยอมรับการใช้งานที่มีความรวดเร็วในการบอกต่อเรื่องราว ทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์

"ตอนเล่นแรกๆก็ทวิตทุกอย่างบางทีที่ไม่รู้เรื่องอะไร แต่ทวิตไว้ก่อน คือตอนรีทวิตไม่เคย คิดเรื่องเชื่อไม่เชื่อ มันเป็นอารมณ์แบบ เฮ้ย จริงดิน่าสนใจ แล้วก็รีทวิตไม่คิดเลยว่าจะเกิดความ เสียหายอะไร มือไวกว่าสมองจริงๆ พอต่อมาก็เริ่มรู้ว่าบางทีมันมั่วตื่นตูมก็มี รีทวิตกันผิดๆก็มี ก็ เริ่มระวัง ไม่รีทวิตทันที รอดูให้ชัวร์ๆก่อน คิดว่าการรีทวิต คนเยอะเกินไป เร็วเกินไปขาดการ ตรวจสอบ ทวิตเตอร์มันไปกะเราทุกที่แค่นัยบโทรสับขึ้นมามันสะตอกเกิน ข้อมูลไปไวเกิน"

(@cinNAmonME. สัมภาษณ์, 3 กุมภาพันธ์ 2554)

"ในโลก Social Media มันไวมาก แล้วมันเปลี่ยนไว คนถ้าเชื่อทุกอย่างนี่แย่นะ หรือว่าจะ ไม่เชื่อเลยก็ได้ มันก็มีจริง ไม่ใช่ว่าหลอกหลวงทุกอย่าง อย่างเช่น ขอบริจาคเลือด หรือว่าตามหา คนหาย.. เด็กหาย พ่อหาย แม่หาย ถามว่ามันก็มี Source จริงไหม..มันก็จริง แต่บางอัน สมมติคุณ เจอแล้ว ทุกคนที่เคย Retweet หรือว่า Tweet ก็น่าจะเป็นคน Retweet หรือบอกให้รู้ว่าเจอแล้ว แต่มันปรากฏว่า มันก็ยังกระจายไป กลายเป็น Forward ไปแล้ว กระจายข่าวจริงบ้างไม่จริงบ้าง ออกไป มันก็เป็นปัญหาต่อไป"

(@yokekung. สัมภาษณ์, 6 กุมภาพันธ์ 2554)

“ใน Social media อย่างหนึ่งก็คือการตื่นตระหนก มันเกิดขึ้นได้ง่าย โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉิน ต้องเข้าใจว่าตัวทวิตเตอร์ มันเด่นเรื่องความไว เพราะฉะนั้นที่ผ่านมา ในการรายงานข่าวภัยพิบัติที่เป็นจริงหลายๆแห่ง มันผ่านทวิตเตอร์แล้วก็ได้ผล เช่น ภัยพิบัติที่เกิดขึ้นในประเทศต่างๆ พอเกิดปั๊บทวิตเตอร์ปั๊บ บางที มันไวไป คนที่ทวิตตอน ตอนเค้าฟังไม่ดี หรือพลาด ไม่ได้เจาะจงแกล้ง หรือพูดไม่หมด หรือว่าอะไรต่างๆ เมื่อการสื่อสารยังไม่ครบถ้วน แล้วมีคนรับลูกต่อไป มันยิ่งไปไกล สำคัญคือ ถ้าคนรับลูกต่อเป็นนักข่าว มันยิ่งการันตีข่าวที่ ที่สื่อกันตอนต้นให้เป็นจริงได้ เช่น กรณีของ ของแพรวา เป็นต้น จริงๆแล้วพอเกิดเรื่องปั๊บ ข่าวมันไวกว่าข่าวในทีวี หรือหนังสือพิมพ์ ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น เหตุการณ์อะไรเกิดขึ้น พอชนปั๊บ มีอุบัติเหตุปั๊บทวิตเตอร์ขึ้นละ ตึกๆๆๆ หลังจากนั้นก็เป็นอีกเรื่องนึงละ เรื่องจริงไม่จริงก็ว่ากันไป แล้วก็เหวี่ยงกันไปเหวี่ยงกันมา โอ๊ย ตอนแรกเห็นทวิตว่ารถคว่ำก่อน เป้ามันก็ไปอยู่ที่รถก่อน หลังจากนั้นเป้าค่อยไปอยู่ที่คนขับรถมาชน พอต่อไปพอรู้ว่าเป็น เป็นผู้หญิงคนนี้พูดปั๊บชกพักแล้วมันก็ไปไวจน เหมือนกับว่าเป็นเรื่องจริงเรื่องจิ้งจอกขึ้นมา”

(@dr_mana. สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

“พวกนี้ รีบทวิต กลัวคนอื่นแย่งข่าว จนลืมไปอ่านว่าเนื้อความเป็นยังไง”

(@ouimu. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554.)

“ถ้าข่าวนำตระหนก เราคงรีทวิตไปเลย เพราะอยากให้คนอื่นรู้ แต่จุดเริ่มต้น ต้องใส่ว่าเบื้องต้น จะป้องกันและทำให้เข้าใจได้ไม่คาดเคลื่อน บางคนใช้คำว่าด่วน ! เพื่อพาดหัวให้ตื่นเต้นเวลาเราเห็นแบบนี้ต้องตามไปดูต้นตอว่า ใครเป็นคนเขียนคนแรกหรือเขาเขียนตอนไหนเราก็จะวงเล็บเวลาแทน”

(@Neaw_NBC. สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

“เราก็ไม่รู้ว่านักข่าวบางคน เค้ามีเกณฑ์อะไร พี่ว่าเค้าอาจจะเป็นกลยุทธ์ก็ได้ เดว่า ขอเร็ว อะไรที่เกิดขึ้นเร็ว ขอเร็วไว้ก่อน แล้วตามมาแก้ทีหลังก็ได้ เค้าอาจจะคิดแบบนี้”

(@sresuda. สัมภาษณ์, 1 มีนาคม 2554)

@madoodao ทวิตเตอร์นี้ผิดแล้วผิดเลยจริงๆ โดยเฉพาะทวิตเตอร์ของคนข่าว เพราะว่ามีคน RT มากตามไปแก้ไขยาก



4.2.5.2 การตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์ (Re-check)

การบอกต่อทำให้ข้อมูลข่าวสารกระจายไปด้วยความรวดเร็ว ผู้ใช้มีความเชื่อถือและบอกต่อไปกันก่อนที่จะมีการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร แต่เมื่อบอกต่อกันไประยะหนึ่งจึงค่อยมีการตรวจสอบเกิดขึ้น ซึ่งทำให้เรื่องราวแพร่กระจายไปไกลแล้ว สิ่งที่จะทำได้ คือการช่วยกันเตือนผู้ใช้ด้วยกันเองให้มีความระมัดระวังในการบอกต่อ ตรวจสอบก่อนการบอกต่อตั้งแต่แรกเพื่อไม่ให้มีปัญหาเกิดขึ้น การช่วยกันตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารเป็นเรื่องดี แต่บางครั้งทำให้เกิดความสับสนของข้อมูล ไม่รู้เรื่องใดจริงเท็จ ข้อมูลข่าวสารจึงมีความน่าเชื่อถือได้น้อย

@kktp ข่าวลือเก่าๆ ที่คอนเฟิร์มแล้วว่า "ไม่จริง" เวลาที่มีคนเอามาทวิตใหม่ โดยเฉพาะคนที่ followers เยอะๆ ทำให้อ่านแล้วอารมณ์เสียเล็กๆ :)

"แรกๆ ยังไม่ควรเชื่อ หรือเชื่อทั้งหมด ยังต้องมีการคัดกรองจากหลายๆทาง ซึ่งสุดท้ายและหลายๆครั้งก็ไม่ได้เป็นไปตามข่าวที่อยู่ในทวิตเตอร์เลย"

(@iinoonnii. สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2554.)

@nuttaputch ที่น่าสนใจคือคนไปตีความแล้วแพร่กระจาย ขณะเดียวกันคือการส่งต่อโดยไม่ตรวจและตรวจสอบให้แน่ชัด

"การที่เราเชื่ออะไรแล้วทวิตอะไรไปแล้วไม่จริงก็ต้องมีคนทีฟอลโลว์เราเอาเหตุผลมาแย้งเราอยู่แล้วสุดท้ายอะไรที่ไม่จริงก็จะตกไปหมด ค่อย ๆ หายไปนะ"

(@xiece1001. สัมภาษณ์, 1 กุมภาพันธ์ 2554.)

@chytupia จะทวิตอย่างมีสติโดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวข้องกับชาวบ้านและอาจจะทำให้ใครเสียหาย หากพบเห็นข้อความที่ไม่ค่อยเหมาะสมช่วยเตือนด้วยนะครับ

"ก็ต้องช่วยกันเตือน สังคมทวิตเตอร์มันไม่มีกฎหมายที่บัญญัติไว้ชัดเจนหรอกนะ แต่คนในสังคมก็ต้องเป็นคนช่วยกันเจียร์นะอะ คือเตือนกัน บอกกัน ช่วยกัน"

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

4.2.5.3 อารมณ์ ความรู้สึก (Emotion/Feeling)

การใช้ทวิตเตอร์มีการบอกต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นเพราะใช้อารมณ์ความรู้สึกในการเชื่อและตัดสินใจว่าชอบ หรือไม่ชอบข้อความนั้นๆ นอกจากการบอกต่อแล้วยังมีการเพิ่มเติมความคิดเห็นของตนเองลงไปด้วย บางครั้งผู้ใช้มีการบอกต่อเพราะมีความหวังดีที่อยากให้ผู้อื่นรับรู้ข้อมูลข่าวสารนั้นด้วย หรือเป็นอารมณ์ร่วมที่ต้องการอยู่ในกระแสสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกันกับผู้อื่น จึงเชื่อข้อความที่บอกต่อกันมาจากผู้อื่นที่มีอารมณ์ความรู้สึกเช่นเดียวกัน แต่เนื่องจากข้อมูลข่าวสารนั้นอาจจะยังไม่ได้รับการยืนยันว่าถูกต้อง ข้อมูลข่าวสารต่างๆจึงยังไม่มีความน่าเชื่อถือ

“เรื่องกรณีแพรวามันเป็นเรื่องของอารมณ์คนในช่วงนั้น แล้วตามด้วยการค้นหาข้อมูล ที่นี้ช่วงโหม่งนั้นคนจำนวนมากกำลังอยู่ในอารมณ์ร่วมเรื่องกระแสคนถึง RT เยอะ ตบเยอะ ก็อยากอยู่ในกระแส และก็อุปทานหมู่ ความรู้สึกหมู่ เวลาใครโพสต์ข้อความ ข้อมูลอะไร ก็ง่ายที่จะเชื่อ และบอกต่อ คือมันเป็นช่วงเวลาที่คุณกำลังอยู่ในอารมณ์รุนแรง มันเลยง่ายต่อการเอนเอียง ปลุกปั่น และตามน้ำ และยังพอคนอยู่ในอารมณ์ร่วมแล้ว อะไรที่ไปในทางเดียวกับที่ตัวเองรู้สึกจะยิ่งเชื่อถือได้ง่าย แม้ว่าจะไม่ได้มาจากเซเลป (แต่ถ้าเซเลปยิงทวีตก็ยิ่งจุดเชื่อเข้าไปอีก)”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“เรื่องสำคัญคือ มันเป็นเรื่องที่เขา "เชื่อมโยง" กับมันได้เช่น รู้สึกอินกับมัน รู้สึกร่วมกับมัน และอยากบอกต่อ บางทีมันอาจจะไม่ใช่เรื่องความน่าเชื่อถือด้วยซ้ำ แต่เป็นแค่เรื่อง "ถูกใจ" เรา ฉะนั้นการบอกต่อมีหลายบริบทมาก 1. ถูกใจ โดนใจ 2. เห็นว่ามีประโยชน์ อยากเตือน หรือแนะนำ 3. ระบายความรู้สึกร่วม (เช่นเมนต์ด่าดราม่า) ฯลฯ หรือเช่นกรณี ดาราทวิตแล้ว FC รีบ RT บอกต่อเพื่อนๆ เพราะอยากให้รู้ว่าดาราทวิตแล้ว หรือรู้สึกปลื้มประทับใจ อยากให้ดาราของตัวเองเป็นที่รู้จักอะไรก็ว่ากันไป”

(@nuttaputch. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“เชื่อไม่เชื่อเป็นอีกเรื่องหนึ่ง แต่ RT ไว้ก่อนที่จริงเรามาก RT อะไรที่ตรงกับความคิดเห็นของเรา”

(@superjubu. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

“การใส่อารมณ์และความรู้สึกเข้าไปด้วย คนเสพแม้จะพยายามกรองข้อมูลข่าวสารบนโซเชียลมีเดียแล้วแต่การไหลมาเทมาของข้อความที่เป็นข่าว และความคิดเห็นมันก็ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกในการรับข่าวสารได้”

(Iekasina. สัมภาษณ์, 27 กุมภาพันธ์ 2554.)

@nuttaputch เชื่อว่าคนจำนวนมากหวังดีอยากช่วยกันกระจาย ข่าวสาร แต่บางครั้งข่าวสารที่ยังไม่ได้รับการยืนยันหรือเกิดการบิดเบือนอาจนำไปสู่ การเข้าใจผิดได้

“บางครั้งการเจียบหรือกด rt ก็มีประโยชน์มากกว่าการพูดและ rt โดยปราศจากการกลั่นกรองรับรู้ ทำความเข้าใจ แต่ไม่จำเป็นต้องเชื่อและบอกต่อทุกอย่างที่เรารับรู้มา”

(@superjubu. สัมภาษณ์, 2 กุมภาพันธ์ 2554.)

@dr_mana คุณชวรงค์ @chavarong บอกต่อไปคงต้องมีหลักสูตรรู้เท่าทัน Twitter เพื่อไม่ให้คนเสพ Twitter ถูกหลอก #utcc_jr

จากการวิจัย การยอมรับการใช้งานเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ พบว่า ความรวดเร็ว การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร และอารมณ์ความรู้สึกในการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ล้วนแล้วแต่ทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่บอกต่อกันมา อย่างไรก็ตามจากการเก็บข้อมูลนั้นพบว่า ความสามารถต่างๆในเทคโนโลยีนี้ไม่ได้มีส่วนช่วยให้มีความน่าเชื่อถือขึ้น เป็นเพียงการยอมรับของผู้ใช้ในเครื่องมือนี้ว่าถูกต้องเท่านั้น

จากการวิจัยเรื่องการบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ พบว่า แหล่งสารต่างๆทั้งสำนักข่าว นักข่าว บุคคลมีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ บุคคลทั่วไป มีความน่าเชื่อถือได้น้อย เพราะต่างคนก็ต่างบอกต่อข้อมูลข่าวสารที่มาจากแหล่งสารอื่น โดยที่ไม่รู้ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นถูกต้องหรือไม่ หลักฐานที่มีการบอกต่อมากก็มีการติดต่อเพิ่มเติมแก้ไข จนข้อมูลบิดเบือนไป ความไว้วางใจในแหล่งสาร และความใกล้ชิดของเพื่อน ทำให้มีการบอกต่อข้อมูลโดยขาดการไตร่ตรองในเรื่องของความรวดเร็วและอารมณ์ความรู้สึกในการบอกต่อ ถึงแม้จะมีการตรวจสอบความถูกต้องของคนออนไลน์ก็ยังมีมีความน่าเชื่อถือได้น้อย

ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์ ในแต่ละหัวข้อปรากฏว่ามีความน่าเชื่อถือค่อนข้างต่ำ แหล่งสาร ซึ่งได้แก่ สำนักข่าว มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอมากกว่า ความน่าเชื่อถือในการบอกต่อ เพราะเป็นแหล่งสารเอง แต่บ่อยครั้งที่ขาดการตรวจสอบทำให้เกิดความผิดพลาดในการนำเสนอและบอกต่อได้ นักข่าวมีผู้ใช้ให้ความเชื่อถือมากกว่าสำนักข่าว เมื่อนำเสนอหรือบอกต่อสิ่งใดไปแล้วจะมีผู้ใช้คนอื่นๆ เชื่อถือและบอกต่ออีกจำนวนมาก แต่ด้วยความที่นักข่าวต้องการความรวดเร็วในการนำเสนอจึงมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นได้ง่าย บุคคลมีชื่อเสียงเมื่อนำเสนอและบอกต่อก็จะมีผู้ที่ชื่นชอบเชื่อถือและบอกต่ออยู่เสมอ แต่บุคคลที่มีชื่อเสียงก็เหมือนบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้มีข้อมูลข่าวสารที่แท้จริงมีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อในเรื่องที่เกี่ยวข้องชาญ แต่ไม่มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอและบอกต่อในประเด็นอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องชาญ บุคคลทั่วไป มีการนำเสนอและบอกต่อไปตามกระแสโดยไม่รู้ข้อเท็จจริง จึงมีความน่าเชื่อถือได้น้อย หลักฐานทั้งข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ การอ้างอิงแหล่งสาร ความน่าเชื่อถือจะอยู่ที่หลักฐานชั้นต้นที่มีการนำเสนอมาดังแต่แรก ซึ่งบางครั้งหลักฐานนั้นอาจจะไม่ถูกต้องตั้งแต่แรกอยู่แล้ว หรือมีการบิดเบือนไประหว่างการบอกต่อ ความไว้วางใจในแหล่งสารในการนำเสนอและบอกต่อทำให้ผู้ใช้มีความเชื่อถือในแหล่งสารนั้น โดยที่ไม่ทราบว่าคุณข้อมูลมีความจริงเท็จหรือไม่ แต่เชื่อถือไปก่อน เช่นเดียวกับความใกล้ชิด ทั้งเพื่อนในโลกออฟไลน์และเพื่อนในโลกออนไลน์ ที่ความสนิทสนมทำให้เชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่เพื่อนนำเสนอและบอกต่อกันมา โดยยอมรับการใช้งานของเครือข่ายสังคมในด้านความเร็ว เชื่อว่าข้อมูลรวดเร็วย่อมดีกว่า และเห็นว่ถึงข้อมูลที่บอกต่อกันมาจะมีความผิดพลาด ก็จะมีการตรวจสอบกันเองจากผู้ใช้ และยังมีเรื่องของอารมณ์ความรู้สึกที่ผู้ใช้มีความเชื่อถือและคล้อยตามสิ่งที่มีนำเสนอและบอกต่อในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์กันมา ทั้งหมดนี้จึงกล่าวได้ว่าการนำเสนอและบอกต่อเรื่องราวทางสังคมในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีความน่าเชื่อถือได้น้อยมาก ต้องรอการตรวจสอบก่อนจึงจะเชื่อถือได้