

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ :

เนื้อหาหลง - วิธีการนำเสนอหลอก และแนวทางการตรวจสอบเบื้องต้น

Fake news on online platforms: Fraudulent Content - Deceptive Presentation

Method and preliminary inspection guidelines

เกศรินทร์ โชคเพิ่มพูน*

วันที่ส่งบทความ : 7 สิงหาคม 2565 วันที่แก้ไข : 22 ตุลาคม 2565 วันที่ตอบรับ : 7 ธันวาคม 2565

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งผู้เขียนได้ทำการรวบรวม วิเคราะห์ สังเคราะห์และนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) นิยามและประเภท 2) เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ 3) สภาพปัญหาและผลกระทบ และ 4) แนวทางการตรวจสอบข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า 1) นิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) ณ ปัจจุบันยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอน และสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1.1) ข่าวที่เนื้อหาไม่ถูกต้อง อาทิ ข่าวที่ผิด (Misinformation) ข่าวที่บิดเบือน (Disinformation) และ 1.2) ข่าวที่มีเนื้อหาที่มีเจตนามุ่งร้ายหรือข่าวที่แฝงเจตนาร้าย (Mal-information) 2) เนื้อหาของข่าวปลอม สามารถแบ่งตามระดับความรุนแรงจากน้อยไปหามาก ออกได้เป็น 7 รูปแบบ ประกอบด้วย 3.1) เนื้อหาล้อเลียนเสียดสี 3.2) เนื้อหาไม่ตรงพาดหัว 3.3) เนื้อหาชี้้นำ 3.4) เนื้อหาที่ผิดบริบท 3.5) เนื้อหาแอบอ้าง 3.6) เนื้อหาหลอกลวง และ 3.7) เนื้อหากุ้ขึ้นมา โดยข่าวประเภทนี้พบเห็นมากที่สุด และมีระดับความรุนแรงมากที่สุด โดยมีวิธีการนำเสนอที่พบเห็น 10 รูปแบบ คือ (1) นำเสนอด้วยพาดหัว สะดุดตา (2) นำเสนอด้วยลิงก์ที่ผิดไปจากปกติ (3) นำเสนอด้วยแหล่งที่มาแปลก ๆ (4) นำเสนอด้วยการสะกดคำผิดและจัดรูปแบบแปลก ๆ (5) นำเสนอด้วยรูปภาพที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับข่าว (6) นำเสนอด้วยวันที่ที่ไม่สมเหตุสมผล (7) นำเสนอด้วยการอ้างอิงชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ไม่มีอยู่จริง (8) นำเสนอด้วยการรายงานต่างไปจากสำนักข่าวอื่น

*เกศรินทร์ โชคเพิ่มพูน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

E-mail address : eng_1_june@hotmail.com

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

มากจนเกินไป (9) นำเสนอด้วยการเสียดสีหรือใส่มุกตลก (10) นำเสนอด้วยเรื่องที่จูงใจสร้างให้เป็นข่าวปลอม 3) สภาพปัญหาของข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่พบในปัจจุบัน ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของโซเชียลมีเดีย ซึ่งประชาชน ผู้รับสารใช้เป็นช่องทางในการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ทั้งนี้ จากการรายงานสถิติของศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จะเห็นได้ถึงจำนวนผู้โพสต์และผู้แชร์ข่าวปลอม ข่าวบิดเบือน ที่ไม่ใช่ข่าวจริง มีจำนวนมากและน่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งด้วยจากฝีมือมนุษย์และ “ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence : AI) ซึ่งยากแก่การตรวจสอบ และอาจนำมาซึ่งปัญหาและผลกระทบด้านต่าง ๆ มากมาย และ 4) แนวทางที่เป็นช่องทางการตรวจสอบข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถใช้ได้ด้วยตนเองเบื้องต้น คือ 4.1) ตรวจสอบเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของข่าวปลอม 12 ข้อ 4.2) ใช้เครื่องมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ 4.3) ใช้เครื่องมือจากแพลตฟอร์มสื่อองค์กรใหญ่ ๆ มาเป็นตัวช่วยในการตรวจสอบข่าวปลอม

คำสำคัญ : ข่าวปลอม, แพลตฟอร์มออนไลน์, เนื้อหา, วิธีการนำเสนอ, แนวทางการตรวจสอบ

Abstract

This academic article It is part of relevant national and international literature reviews. The author has compiled, analyzed, synthesized and presented the content into 4 parts, consisting of 1) definition and type, 2) content and presentation method, 3) problem condition and impact, and 4) guidelines for detecting fake news on online platforms. found

1) The definition of fake news (Fake News) At present, there is no definite definition and can be divided into 2 main types: (Disinformation) and 1.2) News with malicious intent or news with malicious intent. (Mal-information)

2) Content of fake news Can be divided according to the level of violence from ascending to the most into 7 forms, 3.1) satirical content, 3.2) misleading content, 3.3) suggestive content, 3.4) out of context content, 3.5) false content, 3.6) deceptive content, and 3.7) fictitious content. This type of news is seen the most and has the highest level of violence. There are ten common ways of presenting: (1) an eye-catching headline, (2) an unusual link, (3) an unusual source, and (4) a lead. Presented with misspellings and odd formatting (5) Featured with images that are not newsworthy. (6) presented with an unreasonable date (7) presented with references to the name

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

of a non-existent expert (8) presented with too different reporting from other news agencies (9) presented with sarcasm or joking; (10) presenting with a story intended to be fake news

3) Current problem of fake news on online platforms Most of them are in the form of social media, which the public uses as a channel to receive information and news. According to the statistics report of the Anti-Fake News Center of the Ministry of Digital Economy and Society. You can see the number of posters and sharers of fake news, distorted news that are not real news. There are many and likely to increase continuously, both from man-made and "artificial intelligence" (AI), which is difficult to detect. and may bring many problems and consequences; and

4) Guidelines for self-examination of fake news on online platforms are 4.1) Examine the content and presentation of 12 items of fake news, 4.2) Use tools from various relevant sectors, and 4.3) Use. Tools from major corporate media platforms have come as a means of detecting fake news.

Keyword : fake news, online platforms, content, present, inspection guidelines

บทนำ

ข่าวปลอม (Fake News) หรือข่าวลวง ไม่ได้ถือเป็นเรื่องใหม่ในสังคม เพียงแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยมีพัฒนาการจากการเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth) ซึ่งเนื้อหาอาจเกิดความคิดเคลื่อนที่ได้โดยเพิ่มเติมความคิดเห็นส่วนตัวที่อาจเกิดจากความอคติ (Bias) ทำให้ประสิทธิภาพของการสื่อสารทำได้ไม่ดีเท่าที่ควร จนในเวลาต่อมาเมื่อมีเทคโนโลยีสมัยใหม่เกิดขึ้น การส่งสารก็ถูกเปลี่ยนผ่านมาอยู่ในรูปของสื่อต่าง ๆ และในปัจจุบันที่มีเทคโนโลยีเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งข้อมูลต่าง ๆ อย่างอินเทอร์เน็ต (Internet) หรือการสื่อสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่สามารถแพร่กระจายออกไปได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็วและไปได้ไกลกว่าสื่อในแพลตฟอร์มอื่น

ด้วยบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป มนุษย์ขยายความเจริญไปสู่อาณาเขตที่กว้างขวางขึ้น เทคโนโลยีสารสนเทศด้านการสื่อสารมีความก้าวหน้า เพื่อสนองตอบความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตประจำวัน ช่องทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ถือกำเนิด และแพร่ขยายออกไปอย่างไร้ขอบเขต ทำให้การติดต่อสื่อสาร การส่งข้อมูล ข่าวสาร ไปได้ไกลและรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถกระจายข่าวสารไปถึงผู้รับได้ในปริมาณครั้งละมาก ๆ ในคราวเดียวกัน โดยที่ผู้ส่งไม่อาจทราบเลยว่า ข่าวสารที่ตนเองได้ส่งออกไปถูกรับไปโดยผู้ใด ซึ่ง Straubhaar และ LaRose (2000) ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจว่า สิ่งเหล่านี้คือการเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคสังคมสารสนเทศ (Information

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

Society) เนื่องจากความก้าวหน้าของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และการสื่อสารโทรคมนาคม ทำให้เกิดการผสมผสานกลมกลืนหรือการหลอมรวมกันของสื่อต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างได้ โดยการหลอมรวมของสื่อนี้ทำให้เกิดบริการใหม่ ๆ อย่างมากมาย (ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานนท์, 2554) โดยเมื่อกล่าวถึง สื่อออนไลน์ (Online Media) ก็มักนึกถึง สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมใช้งานกันอย่างมาก และยังเป็นแหล่งกำเนิดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ผู้คนส่วนใหญ่ใช้เสพในชีวิตประจำวัน และที่สำคัญยังเป็นเครื่องมือในการสร้างและเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร ที่ทำให้คนทั่วไปสามารถผลิต บริโภค และส่งต่อสารได้อย่างรวดเร็ว โดยต่างคนต่างสามารถเป็นผู้สร้างข่าวที่เผยแพร่ทางโปรแกรม (Program) หรือแอปพลิเคชัน (Application) ที่เป็นที่ยอมรับอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) ไลน์ (Line) ยูทูบ (YouTube) เป็นต้น ส่วนมากมักอยู่ในรูปของ ไวรัล (Viral) จึงสะท้อนให้เห็นถึงปรากฏการณ์การหลั่งไหลของข้อมูล ข่าวสารจำนวนมากที่เกิดขึ้น แต่ไม่มีทางรู้ได้เลยว่า นั่นอาจจะเป็นเรื่องจริง ปลอม หลอก ลวง เท็จ ก็เป็นไปได้

สำหรับ ข้อมูล ข่าวสารบนแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งมีจำนวนมากมายนับมหาศาลนี้ มักเกิดจากผู้ใช้สื่อออนไลน์ (User-generated Content : UGC) ที่ทำการผลิตและเผยแพร่ โดยผู้ใช้อินเทอร์เน็ตสามารถทำหน้าที่ได้ทั้งการเป็นผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) ทั้งนี้อาจหมายรวมถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารของมนุษย์ที่อาจเปลี่ยนบทบาทหรือสลับหน้าที่ของคู่สื่อสารด้วย (วรวิฑู อ่อนน่วม, 2555) ซึ่งเดิมบทบาททางการสื่อสารของผู้รับสาร อยู่ในลักษณะที่เป็นผู้ตาม (Passive Receiver) แต่ปัจจุบันผู้รับสารกลายเป็นผู้กระทำ (Active Receiver) มากขึ้น โดยมีสื่อใหม่ (New Media) อย่างสื่อสังคมออนไลน์ เป็นช่องทางในการส่งต่อ (Share) ที่สำคัญ ดังนั้นความน่ากลัวหนึ่งของข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลจำนวนมากบนโลกออนไลน์ เมื่อประชาชนผู้รับสารกลายเป็นบทบาทจากผู้ตาม เป็นผู้กระทำมากขึ้น แล้วทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารเสียเอง นั่นคือความน่าเชื่อถือ ที่ปราศจากการตรวจสอบกลับกรอง ว่าเป็นความจริง ที่มีหลักฐานปรากฏอย่างชัดเจน สามารถพิสูจน์ได้ เพราะหากไม่เช่นนั้น สิ่งเหล่านั้นอาจส่งผลเสียหายต่อบุคคล สังคม เศรษฐกิจ และประเทศชาติ หรือสิ่งเหล่านี้อาจเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้ไม่หวังดีเลือกใช้ เป็นจุดเริ่มต้นของการเผยแพร่ข่าวปลอม

ข่าวปลอม (Fake News) หรือข่าวลวง คือ ข่าวหรือข้อมูลที่นำไปสู่ความเข้าใจผิดและไม่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความจริง โดยเป็นการจงใจให้ข้อมูลที่ผิดพลาดและหวังผลประโยชน์จากความเข้าใจผิดนั้น ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ ในรูปข่าวที่มีการพาดหัวข่าวที่หลอกให้ผู้อ่านคลิก (Clickbait) ข่าวที่มีลักษณะเป็นโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ข่าวเสียดสี ล้อเลียน (Satire/Parody) ข่าวที่มีการนำเสนอแบบลวก ๆ (Sloppy Journalism) ข่าวที่มีการพาดหัวข่าวให้เข้าใจผิด (Mislead Heading) ข่าวที่ลักษณะการนำเสนอมีความลำเอียง (Biased/ Slanted News) (दनया सुवतवतिन, 2562) อันนับได้ว่าเป็นปัญหาสำคัญในสังคม ด้วยการรับรู้ข่าวปลอมทั้งในส่วนของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ มักส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดความเสียหายตามมาในรูปแบบต่าง ๆ ตั้งแต่เล็ก ๆ น้อย ๆ ไปจนถึงขั้นรุนแรง

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ความน่ากลัวของข่าวปลอม จากการค้นพบทางการวิจัย ของมหาวิทยาลัย Massachusetts Institute of Technology (MIT) เป็นที่ยืนยันชัดเจนว่าการกระจายของข่าวปลอมมีความรวดเร็วมากกว่าข่าวจริงถึง 6 เท่า ในขณะที่ปัจจุบันมีการเผยแพร่ข่าวปลอมมากกว่าข่าวจริงประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ยังพบว่า การกระจายข่าวส่วนใหญ่เกิดจากคนจริง ๆ ไม่ได้เกิดจากการกระทำของหุ่นยนต์ (Robot) โดยเรื่องราวข่าวที่ได้รับ ความนิยมในการเผยแพร่มากที่สุด เป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับการเมือง ตามด้วยเรื่องราวความลึกลับที่เกี่ยวข้อง กับตำนาน ข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจ ข่าวอาชญากรรมและการก่อการร้าย ข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ข่าว บันเทิง และข่าวภัยธรรมชาติ ตามลำดับ ซึ่งส่วนมากเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและสงสัยในข่าวที่เป็นประเด็น หรือเรื่องราวที่เห็นคนอื่นทำอะไรผิดไปจากทำนองครองธรรมที่ควรจะเป็น รวมทั้งการชอบวิพากษ์วิจารณ์ โดยใน ประเทศไทยเอง ชัยวุฒิ ธนาคมานุสรณ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอีเอส) ได้กล่าวถึง การติดตามข่าวสารและการสนทนาบนโลกออนไลน์เกี่ยวกับข่าวปลอม ตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2562 ถึงวันที่ 23 ธันวาคม 2564 มีจำนวน ผู้โพสต์ข่าวปลอมกว่า 1,100,000 คน และ จำนวนผู้แชร์ข่าวปลอมกว่า 23 ล้านคน โดย ช่วงอายุ 18 - 24 ปี โพสต์และแชร์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 54.50 อายุ 55 - 64 ปี มีพฤติกรรมแพร่กระจายข่าวปลอม ต่ำสุด ภาพรวมผลการดำเนินการของศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมมีข้อความข่าวที่ต้องคัดกรองกว่า 455 ล้านข้อความ คัดกรองและตรวจสอบ 13,262 เรื่อง โดยในรอบ 8 เดือน ที่ผ่านมาศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมแห่งประเทศไทย ได้ตรวจ พบและตรวจสอบแล้วได้รับการยืนยันว่าเป็นข่าวปลอมหรือข่าวบิดเบือน จำนวน 1,193 ราย มีโพสต์ที่เข้าข่าย กระทำผิดกฎหมาย และเจ้าหน้าที่ตำรวจได้ทำการพิสูจน์ทราบผู้กระทำผิดแล้ว 287 ราย ดำเนินคดีกับผู้กระทำผิด แล้ว 53 คดี และยังได้ขึ้นบัญชีที่ต้องเฝ้าติดตามผู้ที่มีพฤติกรรมโพสต์ข่าวปลอมหรือข่าวบิดเบือน 906 ราย (สวิตตา ธนวัฒน์, 2564) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อมหากหลายระดับตามความรุนแรง ทั้งด้านความรู้ ความคิด ความมั่นคง ไปจนถึงชื่อเสียง ถึงแก่ชีวิตก็เป็นได้ (ยุพา ทวีวัฒนะกิจบวร, 2564)

จากปรากฏการณ์ข้างต้น แสดงให้เห็นถึง โลกยุคหลังความจริง (Post- Truth) ที่ความจริงไม่มีความหมาย อีกต่อไป โดยสิ่งที่สำคัญกว่าคือ อารมณ์รับรู้และความเชื่อส่วนบุคคล หรือพูดอีกนัยหนึ่งคือความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ในเรื่องนั้น ๆ นำมาสู่การปักใจเชื่อและเป็นข้อมูลสนับสนุนการแสดงความคิดเห็นหรือจุดยืนมากกว่าข้อเท็จจริงที่ เกิดขึ้นและได้รับการพิสูจน์แล้ว ดังเช่น ทฤษฎีสมคบคิด (Conspiracy Theory) ที่ทำให้ผู้คนหันมาตัดสินใจ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับฟังหลากหลายเรื่องว่าเป็นข่าวจริงกันมากขึ้น แม้จะมีหลักฐานยืนยันความถูกต้องอยู่น้อยมาก แต่คน จำนวนไม่น้อยก็พร้อมจะปักใจเชื่อโดยไม่สงสัยหรือตั้งคำถาม ซึ่งในหลายกรณีก็สร้างความเสียหายขึ้นในวงกว้าง อย่างคาดไม่ถึงตามมา (วารยา ในศิลปวัฒนธรรม, 2552)

สำหรับบทความเรื่อง “ข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ : เนื้อหาหลง - วิธีการนำเสนอหลอก และ แนวทางการตรวจสอบเบื้องต้น” นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ ซึ่ง ผู้เขียนได้ทำการรวบรวม วิเคราะห์ สังเคราะห์และนำเสนอเนื้อหา โดยให้ความสำคัญกับเรื่องของ “นิยาม และ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ประเภท, เนื้อหาและวิธีการนำเสนอสภาพปัญหาและผลกระทบ และ แนวทางการตรวจสอบข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์” เพื่อสามารถสรุปผลและทำให้ประชาชน ผู้รับสาร หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถแยกแยะข่าวจริงกับข่าวปลอมออกจากกันได้ โดยมีแนวทางในการตรวจสอบข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ต้นแบบส่งผลให้สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงที่น่าเชื่อถือและได้รับเนื้อหา ข้อมูล ข่าวสารที่มีคุณภาพ นำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในชีวิตประจำวัน และที่สำคัญเพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอม โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

นิยามและประเภทของข่าวปลอม

ปัจจุบัน ผู้คนส่วนใหญ่ได้หันมาให้ความสำคัญและเลือกใช้สื่อแพลตฟอร์มออนไลน์ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมากขึ้น ด้วยความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง และการรับรู้ รวมทั้งการตีความหมายที่สำคัญยังคงต้องมียุทธศาสตร์ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ เพราะโลกออนไลน์ส่วนมาก ไม่ปรากฏตัวชัดเจน หรือมีตัวตนซ่อนเร้น มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น ไม่ต้องรับผิดชอบต่อการกระทำของตน ทำให้นำมาซึ่งภัยแอบแฝงใน ข้อมูลข่าวสารที่อาจไม่มีความจริง หรือที่เรียกว่า “ข่าวปลอม (Fake News)” ที่มีทั้งการบิดเบือน ใส่ร้าย และขี้มั่ว จนอาจทำให้ประชาชนเกิดความสับสนและขัดแย้ง จนเกิดความวุ่นวายในสังคมตามมา ดังนั้น การทำความเข้าใจในนิยามและประเภทของข่าวปลอม จึงเป็นสิ่งสำคัญเบื้องต้นที่จะทำให้ประชาชน ผู้รับสารรู้จักข่าวปลอมได้ดีขึ้น และสามารถแยกแยะข่าวจริงกับข่าวปลอม ตลอดจนนำข้อมูล ข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์ได้จริง ดังนี้

นิยามข่าวปลอม

ปัจจุบันยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอนของคำว่า “ข่าวปลอม (Fake News)” เกิดขึ้น มีเพียงผู้ให้คำนิยามจากการตีความหมายของข่าวปลอมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมีความน่าสนใจ ดังนี้

พจนานุกรมออกซฟอร์ด (Oxford dictionaries, 2555) ให้นิยามคำว่า Fake หมายถึง ปลอม หลอกหลวง (Spurious) เทียม ปลอมแปลง (Counterfeit) หรือเลียนแบบ หลอก (Sham)

คณะกรรมการยุโรป (European Commission, 2560) ให้นิยามคำว่า ข่าวปลอม หรือ ข่าวลวง (Fake News) หมายถึง ข้อมูลชุดหนึ่งที่ทำขึ้นมา โดยมีเจตนาจะบิดเบือนและโจมตีบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร และบางครั้งยังหมายความรวมถึงการเขียนข่าวเชิงลบ การโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง และรูปแบบโฆษณาที่ชวนให้เข้าใจผิดจากทัศนคติของผู้รับสาร รวมถึงการรายงานข่าวในรูปแบบเสียดสีและมีการให้ข้อมูลที่ผิด โดยเจตนาโจมตีทางโซเชียล

ธนภณ เรามานะชัย (2565) ให้นิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) หมายถึง ข่าวปลอมถูกนำมาใช้เป็นวาทกรรมทางการเมือง โดย Donald Trump (อดีตประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา) จึงไม่เหมาะสมนำมาใช้ในการ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ทำงานการตรวจสอบข้อมูล เพราะเป็นการตอกย้ำและให้เครดิตการคิดคำของ Donald Trump ดังนั้นแล้ว “Fake News” ควรเลิกใช้ เพราะเป็นวาทกรรมทางการเมือง มีความอันตรายต่อหลักการทางประชาธิปไตย (เฉลิมชัย ก๊กเกียรติกุล และธัญญนทณัฐ ต่านไพบูลย์, 2561) โดยแนะนำการใช้ถ้อยคำอื่นที่แทนความหมายของคำว่าข่าวปลอมได้ดีกว่า เช่น Misinformation (ข้อมูลเท็จ,ข่าวลวง) หรือ Disinformation (ข้อมูลบิดเบือน,ข่าวหลอก) ซึ่งมีความหมายที่ชัดเจน และเหมาะสมกว่าคำว่า ข่าวปลอม (ณัฐกร ปลอดภัย, 2565)

พีรพล อนุตรโสทธิ (2565) ให้นิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรมทางการเมืองเท่านั้น จึงเห็นว่า สื่อมวลชน สื่อประเภทอื่น หรือบุคคลสาธารณะอื่น ๆ ควรปรับใช้คำที่เหมาะสมกว่า เช่น ข่าวลวง หรือข่าวหลอก เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง จากปัจจุบันสู่ออนาคต

สุภิญญา กลางณรงค์ (2565) ให้นิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) หมายถึง ข่าวลวง ข่าวปลอม โดยการหักล้างหรือการตรวจสอบข้อเท็จจริง ใช้การแปลจากภาษาอังกฤษโดยตรง เพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกับความหมายที่แท้จริง และไม่ผลิตสร้างภาพจำทางการเมืองในแง่ความหมายของคำว่า ข่าวลวง หรือข่าวปลอม

และ มานิจ สุขสมจิตร (2565) ได้ให้นิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) แยกเป็น 2 คำ ดังนี้ 1) ข่าวลวง คือ ข้อมูล ข่าวสารที่ไม่ตรงกับความจริง แพร่กระจายแฝงในรูปแบบการรายงานข่าว มักใช้ภาษาเร้าอารมณ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เชื่อ และ 2) ข่าวปลอม คือ ข่าวที่มีเนื้อหาเป็นเท็จ ปรากฏจากข้อเท็จจริง ไม่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาได้ หรืออาจมีเจตนาบิดเบือนข้อมูลไปจากข้อเท็จจริงเดิม

จากนิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) ข้างต้น จากหลากหลายทัศนะของนักวิชาการ จะพบว่ามีความเห็นที่แตกต่างและมีลักษณะร่วมที่คล้ายกัน จึงสามารถสรุปความหมายกว้าง ๆ ของข่าวปลอม ว่า หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาผิดข้อเท็จจริงเพียงเล็กน้อย หรือเพียงบางส่วน แต่ขาดบริบทของรายละเอียด หรืออาจไม่มีมูลความจริง ไม่มีแหล่งข่าวหรือคำพูดที่ตรวจสอบได้ โดยบางประเภทอาจมีเนื้อหาที่ตรวจสอบได้จริง แต่มีลักษณะการเขียนด้วยอคติ จงใจให้ร้าย หรือไม่ใส่รายละเอียดที่สำคัญต่อเหตุการณ์ลงในเนื้อหาหรือนำเสนอจากมุมมองด้านเดียว มีลักษณะเป็นโฆษณาชวนเชื่อ ที่จงใจเขียนขึ้นมาเพื่อชักนำคนอ่าน และมีแรงจูงใจต่าง ๆ อยู่เบื้องหลัง

ประเภทข่าวปลอม

การแบ่งประเภทของข่าวปลอม สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับว่าเลือกใช้เกณฑ์ใดเป็นตัวชี้วัดสำคัญ อาทิ The European Association for Viewers Interests (EAVI) องค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่สนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อ ได้จัดแบ่งประเภทข่าวปลอมที่สร้างความเข้าใจผิด (สรานนท์ อินทนนท์, 2562) ดังนี้

1. ข่าวพาดหัวยั่วให้คลิก หรือ คลิกเบท (Clickbait) คือ ข่าวที่ใช้คำ หรือ รูปภาพพาดหัวที่ทำให้ดูแล้วชวนสงสัย ใครรู้ หรือดึงดูดใจให้คลิกเข้าไปอ่าน โดยให้ข้อมูลเล็ก ๆ น้อย ๆ จนต้องคลิกเข้าไปดูเนื้อหาอื่น ๆ ทั้งที่เนื้อหาข่าวภายในอาจไม่คำนึงถึงคุณภาพหรือความถูกต้องของข้อมูล แต่การพาดหัวทำให้คนหลงกลคลิกเข้าไปเพื่อเรียกยอดวิวหรือมีแรงจูงใจอื่นเบื้องหลัง

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

2. โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มุ่งชักจูงทัศนคติของผู้รับสารต่ออุดมการณ์หรือมุมมองบางอย่างด้วยการให้เหตุผลเพียงข้างเดียว โดยมีกระทำซ้ำ ๆ และกระจายออกไปในสื่อหลาย ๆ ชนิด เพื่อหวังผลให้ผู้รับสารเชื่อและคล้อยตาม

3. ข่าวแฝงการโฆษณา (Sponsored Content, Native Advertising) คือ รูปแบบโฆษณาที่ใช้รูปแบบเนื้อหาแนบเนียนกับเนื้อหาปกติในเว็บไซต์นั้น ๆ หรือแนบเนียนไปกับสิ่งแวดล้อมของแพลตฟอร์มของสื่ออื่น ๆ ที่เป็นอยู่ พร้อมทำหน้าที่ให้เนื้อหาที่คนต้องการรับรู้ หรือรับชม โดยไม่ทราบว่าเป็นโฆษณาจนกว่าจะได้อ่าน ดูจนจบ โดยข่าวแฝงการโฆษณาจะทำการแฝง (Tie-in) เรื่องราวของแบรนด์และสินค้าไม่มากเกินไป ทำให้คนอ่านหรือคนเสพสื่ออื่นรู้สึกว่าได้ไม่ได้อ่านโฆษณาอยู่ และเนื้อหานั้นอาจจะเป็นทั้งการผลิตโดยผู้ลงโฆษณาหรือเป็นการร่วมกันผลิตระหว่างผู้โฆษณาและเจ้าของช่องทาง

4. ข่าวล้อเลียนและเสียดสี (Satire and Hoax) คือ ข่าวที่ดัดแปลงข้อมูล แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข่าวในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านการล้อเลียนหรือเสียดสี ใช้เนื้อหาที่ตลกขบขัน เพื่อมุ่งสร้างอารมณ์ขันให้กับผู้อ่าน

5. ข่าวที่ผิดพลาด (Error) คือ บางครั้งแม้แต่ข่าวที่เผยแพร่จากสำนักข่าวต่าง ๆ หรือแม้แต่สำนักข่าวออนไลน์ที่เชื่อถือได้ ก็อาจมีความผิดพลาดเกิดขึ้นได้เช่นกัน ซึ่งความผิดพลาดนั้นอาจเกิดจากความไม่ตั้งใจแต่สามารถส่งผลกระทบต่อผู้รับสารเข้าใจไปในทิศทางอื่น หรือไม่เข้าใจในข่าวนั้น

6. ข่าวเอนเอียงเลือกข้าง (Partisan) คือ ข่าวบิดเบือน มักจะแสดงตนเลือกข้างชัดเจน โดยนำเสนอข่าวเชิงวิพากษ์วิจารณ์ในทางลบต่อฝ่ายที่ตนเองไม่ชอบ ในขณะที่ฝ่ายที่ตนเองสนับสนุนจะเสนอข่าวชื่นชมเกินจริง

7. ทฤษฎีสมคบคิด (Conspiracy Theory) คือ ทฤษฎีที่มักถูกนำมาใช้อธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยอาศัยข้อมูลที่ไม่มีความเชื่อมโยงกัน ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ซ่อนเร้นอื่นเพื่อให้ประโยชน์ ให้โทษต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งใด ในรูปของเรื่องเล่าหรือบทความที่สร้างจากความคิดของคน หรือกลุ่มคนที่นำเหตุการณ์ ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกันเท่านั้น ทั้งนี้อาจไม่ใช่เรื่องจริงทั้งหมด หรือไม่มีเค้าเรื่องจริงอยู่เลย

8. วิทยาศาสตร์ลวงโลก (Pseudoscience) คือ ข้อเขียนที่อ้างว่าเป็นทั้งวิทยาศาสตร์และข้อเท็จจริง แต่ความจริงแล้วขัดแย้งหรือเข้ากันไม่ได้กับกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ไม่มีหลักฐานหรือความเป็นไปได้ใด มาสนับสนุน ไม่สามารถทำการตรวจสอบได้ มักพบในรูปแบบของบทความทางการแพทย์หรือบทความสุขภาพที่แฝงโฆษณาการรักษาหรืออุปกรณ์เพื่อสุขภาพ เพื่อให้ดูน่าเชื่อถือ

9. ข่าวที่ให้ข้อมูลผิด ๆ (Misinformation) คือ ข่าวที่ไม่ได้ตรวจสอบให้แน่ชัดเสียก่อน ข้อมูลอาจมีทั้งจริงและเท็จผสมกัน ผู้ส่งสารตั้งใจจะส่งข่าวออกไป แต่อาจจะไม่ได้ตระหนักว่าข่าวนั้นมีข้อมูลที่ผิดพลาดอยู่ เช่น ข่าวลือ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

10. ข่าวหลอกลวง (Bogus) คือ ข่าวปลอมที่เจตนาในการสร้างขึ้นและตั้งใจให้แพร่กระจาย มีวัตถุประสงค์เพื่อหลอกลวง อาจมีเนื้อเรื่อง ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเท็จมาประกอบกัน อาจรวมถึงการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าวหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ เพื่อที่จะทำให้ข่าวนั้นดูเป็นข่าวปลอมที่สมบูร์นมากขึ้น

ทั้งนี้ จากรายงานของ LSE Media Policy Project โดย Tambini (2017) สามารถจำแนกประเภทของข่าวปลอม ออกได้เป็น 6 ประเภท ตามลักษณะวิธีการนำเสนอเนื้อหา ดังนี้

1. เนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้น (Fabricated Content) คือ ข่าวที่ข้อมูลเป็นเท็จทั้งหมด หวังให้ประชาชนเข้าใจผิด
2. เนื้อหาที่มีการจัดการ (Manipulated Content) คือ ข่าวบิดเบือน สร้างจินตนาการ ซึ่งแม้จะมีข้อมูลหรือภาพจริงบ้าง แต่มักพาดหัวข่าวดึงดูดความสนใจ
3. เนื้อหาแอบอ้าง (Imposter Content) คือ ข่าวที่มีแหล่งข่าวและภาพบุคคลจริงที่ถูกนำมาอ้างอิงเพื่อความน่าเชื่อถือ มักทำให้เกิดความเข้าใจผิดได้ง่าย
4. เนื้อหาหลอกลวง (Misleading Content) คือ ข่าวที่นำเสนอข้อมูลขึ้นมา เพื่อโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งให้หลงเชื่อ อาทิ การนำเสนอข้อคิดเห็นในรูปของข้อเท็จจริง
5. บริบทปลอมในการเชื่อมโยง (False Context of Connection) คือ ข่าวที่ใช้ภาพหรือพาดหัวไม่ตรงกับเนื้อหาที่ถูกต้อง อาทิ ใช้รูปเหตุการณ์ในอดีตมาสร้างความแตกตื่น
6. การเสียดสีล้อเลียน (Satire and Parody) คือ ข่าวที่มีเนื้อหาเสียดสี ล้อเลียน นำเสนอในลักษณะขำขัน ถือเป็นข่าวปลอมที่เป็นภัยน้อยที่สุด

สำหรับ ประเภทของข่าวปลอม ไม่ว่าจะเลือกใช้เกณฑ์ใดเป็นตัวชี้วัด อาทิ ตามระดับเนื้อหาที่นำเสนอ หรือตามลักษณะวิธีการนำเสนอของเนื้อหา ที่สร้างความเข้าใจผิด ก็จะสามารถแบ่งแยกกันเป็นอิสระที่ชัดเจน โดยประการหนึ่งที่เหมือนกันอย่างเห็นได้ชัดคือ ความผิดปกติของเนื้อหาข่าวสาร (Information Disorder) ที่นำเสนอ ซึ่งสามารถแบ่งตามฐานข้อมูลได้ 2 ส่วน คือ 1) เนื้อหาที่ไม่ถูกต้อง (Falseness) คือ 1.1) ข่าวที่ผิด (Misinformation) 1.2) ข่าวที่บิดเบือน (Disinformation) เนื้อหาที่แต่งขึ้นมาใหม่ (Fabricated Content) และ 2) เนื้อหาที่มีเจตนามุ่งร้าย (Intent to Harm) หรือข่าวที่แฝงเจตนาร้าย (Mal-information) ซึ่งข่าวประเภทนี้ส่งผลกระทบต่อภัยร้ายแรงที่สุด ทั้งนี้จากที่กล่าวไปจะสังเกตเห็นได้ว่า ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารแต่ละประเภทก็มีความคาบเกี่ยวกันว่าจะเป็นข้อมูลที่ผิด (Misinformation), ข้อมูลที่บิดเบือน (Disinformation) หรือข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย (Mal-information) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเจตนา ข้อมูล และบริบทต่าง ๆ ประกอบกัน แล้วเกิดการกระตุ้นให้ส่งต่อ (Share) ออกไป ซึ่งสร้างความเสียหายได้หลากหลายระดับ

เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของข่าวปลอม

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ความน่าสนใจของปรัชญาสารสนเทศ หรือข้อมูล ข่าวสารในประเด็นข่าวปลอม คือ ข่าวที่ดีคือข่าวที่ให้ ข้อมูลที่เป็นจริง และข่าวที่ไม่ดีก็คือข่าวที่ไม่นำเสนอความจริง แต่ตามแนวความคิดของ ลูชาโน ฟลอริดี (Luciano Floridi) นั้น สารสนเทศที่ประกอบด้วยความจริง จะช่วยให้เราสามารถเห็นความแตกต่างระหว่าง “ข้อมูลที่ผิด” (Misinformation) ซึ่งเป็นการได้รับเนื้อหาที่คลาดเคลื่อนจากความจริง การได้รับข้อเท็จจริงไม่ชัดเจน ซึ่งอาจไม่ได้ ตั้งใจที่จะนำเสนอให้ผู้รับเข้าใจผิด และ ข้อมูลที่บิดเบือน (Disinformation) ซึ่งก็คือสารสนเทศที่ไม่มีค่าความจริง หรือมีค่าความจริงอยู่น้อยมาก ก็คือกรณีที่ผู้ส่งสารจงใจให้ผู้รับเข้าใจความเท็จจากการนำเสนอ นอกจากสองคำ ข้างต้น ยังมีคำเรียกสารสนเทศที่ไม่เป็นความจริงอีกคำหนึ่ง คือ “Mal-information” ซึ่งหมายถึง การส่งสารที่มุ่ง หมายให้เกิดผลเสียบางอย่างตั้งแต่ต้น ถ้าจะใช้คำเรียกให้ตรงกับสถานการณ์ในบ้านเราก็คือ “IO” (Information Operation) แต่สำหรับ “Mal-information” ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องมาจากฝ่ายผู้มีอำนาจหรือไม่ แต่ปัญหาก็คือ “Mal-information” หวังผลที่เกิดจากข่าวที่เผยแพร่ออกไป ซึ่งเป็นข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย (เจ็ด บรรดาศักดิ์, 2563) โดยได้กล่าวไปก่อนหน้า ทั้งนี้อาจจะอยู่ในรูปของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอ ดังนี้

เนื้อหาของข่าวปลอม

First Draft News ซึ่งเป็นองค์กรที่ตั้งขึ้นมาเพื่อต่อสู้กับข่าวปลอมและการบิดเบือนข้อมูลทางออนไลน์ ได้ จัดประเภทเนื้อหาของข่าวปลอมไว้ 7 รูปแบบ (7 Types of Election Fake News) ซึ่งตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ Columbia Journalism Review (Claire Wardle, 2016) โดยเรียงตามระดับความรุนแรงจากน้อยไปหามาก ดังนี้

1. เนื้อหาล้อเลียนเสียดสี (Satire or Parody Content) คือ ข่าวล้อเลียน ที่ไม่ได้มีเจตนาในการสร้างความ เข้าใจผิดหรือต้องการให้ผู้อ่านหลงเชื่อ แต่ต้องการล้อเลียน หรือทำให้ขบขัน มักเป็นการล้อเลียนเหตุการณ์ บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือล้อเลียนคนมีชื่อเสียง โดยมักมีการจัดหน้าเลียนแบบหรือรูปแบบให้เหมือนข่าวจริง จน บางครั้ง ผู้อ่านหลงเชื่อว่าเป็นข่าวจริงได้ ซึ่งความจริงแล้วข่าวล้อเลียนไม่ใช่ข่าวปลอม แต่การที่ผู้อ่านขาดความรู้ ความเข้าใจ จึงทำให้ข่าวล้อเลียนมีคุณลักษณะถูกจัดว่าเป็นข่าวปลอมได้เช่นกัน โดยข่าวประเภทนี้มีระดับความ รุนแรงน้อยที่สุด

2. เนื้อหาไม่ตรงพาดหัว (False Connection Content) เรียกอีกอย่างว่า “พาดหัว ยั่วให้คลิก” (Clickbait) คือ ข่าวมีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ผิด มีการพาดหัวข่าว รูปภาพ หรือคำบรรยาย ที่ไม่ได้เชื่อมโยงกับเนื้อหา ข่าวจริง เป็นการเชื่อมโยงสองสิ่งที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกันเลย แต่ถูกนำมากล่าวถึงในข่าวเดียวกันหรือทำให้มาเชื่อมโยง กัน โดยพาดหัวมักจะเป็นการเร้าอารมณ์ดึงดูดให้คนอ่าน จึงเน้นพาดหัวข่าวให้หรือหวา หรือใช้รูปที่ไม่ได้ เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าว เพื่อดึงดูดความสนใจให้คนกด อ่าน

3. เนื้อหาชี้แนะ (Misleading Content) คือ มีเนื้อหาข้อเท็จจริง แต่จงใจบิดเบือนเรื่องราวหรือใส่ร้าย ผู้อื่นให้เข้าใจผิด โดยการชี้แนะไปในทางใดทางหนึ่ง เี่ เขียนข่าวโดยใช้อคติของผู้เขียนเป็นหลัก

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

4. เนื้อหาที่ผิดบริบท (False Context Content) คือ ข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลจริง แต่นำบริบทอื่นที่ไม่เกี่ยวกับเนื้อหานั้นมาเชื่อมโยงทำให้คนตีความผิด

5. เนื้อหาแอบอ้าง (Impostor Content) คือ ข่าวที่มีการแอบอ้างบุคคล แหล่งข้อมูลหรือแหล่งข่าวที่ไม่จริง หรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ ข่าวปลอมประเภทนี้มักเป็นข่าวออนไลน์ที่สร้างรูปแบบให้เหมือนสำนักข่าวจริง ๆ หรือแอบอ้างชื่อสำนักข่าวที่มีชื่อเสียง ซึ่งทำความสับสนให้ผู้อ่านอย่างมาก

6. เนื้อหาหลอกลวง (Manipulated Content) คือ ข่าวตัดต่อ หรือข่าวที่มีเนื้อหาข้อมูลหรือภาพข่าวจริง ๆ แต่ถูกดัดแปลงด้วยการปลอมหรือตัดต่อ เพื่อสร้างเรื่องหลอกลวง

7. เนื้อหากู้ขึ้นมา (Fabricated Content) คือ ข่าวที่กู้เรื่องขึ้นมาทั้งหมด เป็นข้อมูลเท็จ 100% มีเจตนาที่จะหลอกลวงหรือใส่ร้าย ข่าวถูกสร้างขึ้นโดยผู้ไม่หวังดี โดยอาจจะทำเองหรือจ่ายเงินจ้างให้ผู้อื่นทำเพื่อหวังผลให้เกิดความเข้าใจผิดในวงกว้าง โดยข่าวประเภทนี้มีพบมากที่สุด (นันทิกา หนูสม, 2560) และมีระดับความรุนแรงมากที่สุด

วิธีการนำเสนอของข่าวปลอม

เฟซบุ๊ก ประเทศไทย ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ศูนย์ข่าวร็องแชนซ์ สำนักข่าวไทย อสมท. ได้สรุปลักษณะของข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ว่ามีวิธีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบต่าง ๆ (กลางกูร พัฒนเมธาดา, 2563) ดังนี้

1. นำเสนอด้วยพาดหัว (Headline) สะดุดตา คือ พาดหัวข่าวมีการใช้เครื่องหมายตกใจหรืออัศจรรย์ (!) หรือภาพปกอาจมีการใช้ตัวอักษรขนาดใหญ่และหนา ที่หากอ่านข้อความพาดหัวแล้วรู้สึกว่ามีความหวือหวาและไม่น่าเป็นไปได้ว่าข่าวนั้นน่าจะเป็นข่าวปลอม

2. นำเสนอด้วยลิงก์ (Link) ที่ผิดไปจากปกติ คือ มีการใช้วิธีสร้างลิงก์ปลอมหรือลิงก์ที่ดูคล้ายของจริง ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับชื่อสำนักข่าวที่มีอยู่จริง อาจมีการเปลี่ยนตัวอักษรบางตัวเล็ก ๆ น้อย ๆ นี่อาจเป็นสัญญาณเตือนของข่าวปลอม

3. นำเสนอด้วยแหล่งที่มาแปลก ๆ คือ ไม่มีที่มา หรือมาจากแหล่งข่าวที่ไม่รู้จัก ให้ตั้งข้อสังเกตเบื้องต้นว่า อาจเป็นข่าวปลอมให้ตรวจสอบที่ส่วน “เกี่ยวกับ” (About) ของเพจแหล่งข่าวนั้นเพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม และดูรายละเอียดติดต่อ อื่น ๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ นอกจากนี้ ควรระวังเว็บไซต์ปลอมที่บอกว่าเป็นองค์กรข่าวที่น่าเชื่อถือ ซึ่งมักจะใช้วิธีเลียนแบบรูปแบบการจัดหน้าและการใช้ URL ที่มีชื่อคล้ายคลึงกัน

4. นำเสนอด้วยการสะกดคำผิดและจัดรูปแบบแปลก ๆ คือ เว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่งมักสะกดคำผิดหรือมีการจัดวางรูปแบบที่ดูไม่เป็นมืออาชีพ หากพบเห็นลักษณะเหล่านี้ควรอ่านข่าวอย่างระมัดระวัง หรือตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

5. นำเสนอด้วยรูปภาพที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับข่าว คือ ข่าวปลอมมักจะประกอบด้วยภาพหรือวิดีโอที่ถูกปรับแต่ง ซึ่งในบางครั้งรูปภาพนั้นอาจเป็นรูปภาพที่แท้จริง แต่ถูกบิดเบือน ถูกลำมาเปลี่ยนแปลงบริบทให้ต่างจากเดิม

6. นำเสนอด้วยวันที่ ที่ไม่สมเหตุสมผล คือ ข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุผลหรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์ เพื่อสร้างความสับสน

7. นำเสนอด้วยการอ้างอิงชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ไม่มีอยู่จริง คือ ข่าวไม่มีหลักฐานหรืออ้างอิงผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ระบุชื่อ อาจชี้ให้เห็นว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม แต่ถึงอย่างไรก็ตามหากเรื่องราวนั้นเป็นบทความที่ปรากฏชื่อผู้เขียน (By-Line) ควรคำนึงไว้ว่าผู้เขียนคนนั้นจะเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อนโยบายทั้งหมด และก็ควรตรวจสอบบทความอื่น ๆ ของผู้เขียนคนนั้น ๆ ด้วย หากเรื่องราวนั้นเป็นบทความแสดงความคิดเห็นโดยบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือตัวแทนจากองค์กร (Op-Ed) ควรคาดการณ์ไว้ก่อนว่าบทความอาจมีเนื้อหาที่ลำเอียงหรือมีอคติ แม้ว่าจะประกอบด้วยข้อเท็จจริง แต่เนื้อหาประเภทนี้มักสะท้อนความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนหรือหน่วยงานและมีบทสรุปแบบไม่เป็นกลาง

8. นำเสนอด้วยการรายงานต่างไปจากสำนักข่าวอื่นมากจนเกินไป คือ หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นที่รายงานเรื่องเดียวกัน ก็อาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม ถ้าข่าวนั้นมีการรายงานจากหลายแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือก็เป็นไปได้ว่าข่าวนั้นอาจจะเป็นข่าวจริง

9. นำเสนอด้วยการเสียดสีหรือใส่มุกตลก คือ บางครั้งเราก็แยกข่าวปลอมออกจากมุกตลกหรือข่าวเสียดสีได้ยาก ดังนั้นจึงควรพิจารณาว่ารายละเอียด ตลอดจนน้ำเสียงในการเล่าเรื่องฟังดูเป็นไปเพื่อความสนุกสนานหรือไม่ คนเรามีแนวโน้มที่จะเชื่อข้อมูลซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อส่วนตัว ดังนั้นก่อนที่จะระบุว่าเรื่องราวใด ๆ ไม่เป็นความจริง ควรไตร่ตรองให้ดีว่าอคติส่วนตัวไม่ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการพิจารณาเนื้อหาที่มีการเสียดสีหรือใส่มุกตลกลงไปเนื้อหา

10. นำเสนอด้วยเรื่องที่จูงใจสร้างให้เป็นข่าวปลอม คือ เรื่องราวบางเรื่องถูกจูงใจสร้างขึ้นด้วยข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง ดังนั้นเราจึงควรคิดวิเคราะห์และพิจารณาบริบทอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนการเชื่อ หรือส่งต่อข่าวที่มั่นใจว่าเป็นข่าวที่น่าเชื่อถือได้เท่านั้น

โดยจะเห็นได้จากเนื้อหาและวิธีการนำเสนอของข่าวปลอมรูปแบบต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่มีทั้งข่าวจริงและข่าวปลอมจำนวนมาก ผู้สร้างมีเจตนาในทางลบ หวังผลในสิ่งที่เกิดขึ้นตามมา ซึ่งยากกับการแยกแยะ ดังนั้นทักษะการรู้จักสังเกตเนื้อหาและวิธีการนำเสนอข่าวปลอมเบื้องต้นด้วยตนเองนี้ น่าจะเป็นอีกหนึ่งวิธีการสร้างสติ วิจารณ์ญาณในการเสพสื่ออย่างสร้างสรรค์ ก่อประโยชน์สูงสุด และทำให้ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมได้เป็นอย่างดี

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

สภาพปัญหาและผลกระทบของข่าวปลอม

แพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย (Social Media) กลายเป็นแหล่งนำเสนอ รับและส่งต่อข้อมูล ข่าวสารหลักของคนยุคปัจจุบัน ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร การก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัล ความท้าทายที่เพิ่มมากขึ้น คือ ข้อมูล ข่าวสารจำนวนมากบนแพลตฟอร์มออนไลน์นี้ ไม่ได้เกิดจากสื่อมวลชน (Mass Media) ที่มีความรู้และประการณ์ตรง มีตัวตน มีใบประกอบวิชาชีพ มีสังกัดในรูปขององค์กรสื่อสารมวลชนที่เป็นสื่อกระแสหลัก ข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอล้วนมีที่มาที่ไป ตรวจสอบได้ ซึ่งผิดกับการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มักเกิดจากผู้ใช้สื่อ (User-generated Content : UGC) ที่ทำการผลิตและเผยแพร่ ทำหน้าที่ได้ทั้งการเป็นผู้ส่งสารและผู้รับสาร ดังนั้นความน่ากลัวหนึ่งของข้อมูลข่าวสารที่หลั่งไหลบนโลกออนไลน์นี้ เมื่อประชาชนผู้รับสารทั่วไปกลายเป็นผู้กระทำมากขึ้น แล้วทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารเสียเอง นั่นคือข้อเท็จจริง สิ่งที่สามารถพิสูจน์ได้ หรือแม้แต่ความน่าเชื่อถือถูกบั่นทอนลง ดังจะเห็นได้จากสภาพปัญหาและผลกระทบของข้อมูล ข่าวสารที่มีการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในปัจจุบัน ที่อาจพบเห็นได้ทั้งข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องจริง เรื่องไม่จริง หรือสิ่งที่เรียกว่า ข่าวปลอม ดังนี้

สภาพปัญหาของข่าวปลอม

ปัจจุบัน เทคโนโลยีทำให้การเสพสื่อ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างอินเทอร์เน็ตทำได้ง่ายขึ้น แค่เพียงปลายนิ้วสัมผัส ผ่านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ และแบบพกพาเคลื่อนที่ อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น โดยจากสถิติการรายงานของ Thailand Digital Stat 2021 จาก We Are Social พบว่า แพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปของโซเชียลมีเดียที่มีคนไทยใช้งานมากที่สุดระหว่างปี ค.ศ. 2020 - 2021 อันดับ 1 YouTube อันดับ 2 Facebook อันดับ 3 Line อันดับ 4 Facebook Messenger อันดับ 5 Instagram อันดับ 6 Twitter อันดับ 7 Tiktok อันดับ 8 Pinterest อันดับ 9 We Chat อันดับ 10 Twitch และชั่วโมงการออนไลน์บนอินเทอร์เน็ตของคนไทยเฉลี่ยวันละ 8 ชั่วโมง 44 นาที จึงจะเห็นได้ว่าสื่อบนแพลตฟอร์มออนไลน์นี้ได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากจนแทบจะเป็นส่วนหนึ่งในการใช้ชีวิตประจำวันที่ขาดไม่ได้ และที่สำคัญคือประชาชน ผู้รับสารหันมาบริโภคข่าวสารผ่านช่องทางออนไลน์นี้เป็นหลัก เพราะเข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว

จากสถิติข้างต้นที่พบว่า แพลตฟอร์มออนไลน์กลายเป็นช่องทางการเข้าถึงข้อมูล ข่าวสารที่ประชาชน ผู้รับสารจำนวนมากเลือกเข้าถึงมากกว่าสื่อแพลตฟอร์มอื่น ๆ จึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาปรากฏการณ์ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกนำเสนอว่ามีข้อเท็จจริง ความน่าเชื่อถือ หรือเป็นเพียงการสร้างกระแส ข่าวลือ ข่าวปลอม เพื่อหวังผลบางอย่าง ทั้งนี้ ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Anti-Fake News Center Thailand) ได้ทำการสรุปข่าวย้อนหลังช่วง 1 ตุลาคม 2563 - 30 มิถุนายน 2564 พบว่า ข่าวปลอมส่วนใหญ่มักจะเป็นข่าวเกี่ยวกับสุขภาพ นโยบายรัฐ เศรษฐกิจ ภัยพิบัติ โดยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก พบข้อมูลน่าสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรม การเผยแพร่ข่าวปลอมของคนไทยว่า มีจำนวนผู้โพสต์ข่าวปลอม 587,039 คน และจำนวนผู้แชร์ข่าวปลอม

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

20,294,635 คน ส่วนกลุ่มที่มีพฤติกรรมดังกล่าวมากกว่า 90% อยู่ในช่วงอายุ 18 - 34 ปี ข้อมูลที่ได้มาจากการรับแจ้งเบาะแส และติดตามการสนทนาบนโลกออนไลน์เกี่ยวกับชาวปลอม ตั้งแต่วันที่ 1 - 28 กุมภาพันธ์ 2565 มีข้อความข่าวที่ต้องคัดกรองทั้งหมด 45,961,054 ข้อความ ข้อความข่าวที่เข้าเกณฑ์ดำเนินการตรวจสอบทั้งหมด 766 ข้อความ โดยหลังจากคัดกรองพบข้อความข่าวที่ต้องดำเนินการตรวจสอบทั้งหมด 403 เรื่อง ได้ทำการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วทั้งหมด 234 เรื่อง แบ่งเป็น ชาวปลอมจำนวน 45 เรื่อง ชาวจริง จำนวน 167 เรื่อง ชาวบิดเบือน จำนวน 22 เรื่อง และข่าวที่ไม่ประสงค์เผยแพร่จำนวน 23 เรื่อง โดยดำเนินการเผยแพร่ทั้งหมด 164 เรื่อง แบ่งเป็น ชาวปลอม จำนวน 82 เรื่อง ชาวจริง จำนวน 67 เรื่อง ชาวบิดเบือน จำนวน 15 เรื่อง โดยช่องทางที่มีการพบเบาะแสมากที่สุดอันดับ 1 คือ Social Listening Tools 99.97% รองลงมาคือ Line Official 0.02%, Twitter 0.01%, Facebook 0.00% และ Official Website 0.00% ตามลำดับ (TNNONLINE, 2565)

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Shu et al. (2017) เกี่ยวกับชาวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจเพิ่มเติม พบว่า บนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ไม่เพียงแต่มนุษย์เท่านั้นที่ดัดแปลงแต่มีแต่มนุษย์เสนอข่าวอย่างผิด ๆ แต่กลับมีการสร้างบัญชีผู้ใช้ (User Account) บนโซเชียลมีเดียเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อที่มาจาก “ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence : AI) ด้วย ในที่นี้สามารถแบ่งกลุ่มผู้สร้างชาวปลอมในสื่อออนไลน์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก (สุนันทา แยมทัฬ และอรุณญา ศิริผล, 2564) ดังนี้

1. โซเชียลบอต (Social Bot) หมายถึง บัญชีผู้ใช้ที่ถูกสร้างและควบคุมโดยคอมพิวเตอร์อัลกอริธึม (Computer Algorithm) ในการผลิตเนื้อหาและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้มนุษย์ หรือแม้กระทั่งกับผู้ใช้ที่ไม่ใช่มนุษย์ที่เรียกว่า “โปรแกรมบอตอัตโนมัติ” (Bot User) บนโซเชียลมีเดีย สำหรับชาวปลอมแล้วโซเชียลบอตเริ่มกลายเป็นกลุ่มอันตรายที่ถูกออกแบบมาเฉพาะจุดประสงค์

2. โทรล (Troll) หรือ ภาษาไทยสแลงปัจจุบันเรียกว่า “เกรียน” หมายถึง ผู้ใช้ที่เป็นมนุษย์ตัวจริงที่ตั้งใจจะป่วนชุมชนออนไลน์ และกระตุ้นผู้บริโภคสื่อให้ตอบสนองทางอารมณ์ และมีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายชาวปลอมบนโซเชียลมีเดีย ซึ่ง “โทรล” คือ “ผู้สร้างโทรลลิง” (Trolling) ด้วยการโพสต์ข้อความในลักษณะละเมิดผู้อื่นหรือสร้างกระแสให้ชุมชนออนไลน์เชื่อว่าเป็นเรื่องจริง (Bakir and McStay, 2018)

3. ผู้ใช้ไซบอร์ก (Cyborg Users) หมายถึง การแพร่กระจายชาวปลอมที่ใช้ทั้งกลุ่มโทรลและโซเชียลบอตร่วมกัน เช่น มนุษย์เป็นผู้ลงทะเบียนบัญชีไซบอร์กแบบอำพรางตัว (Camouflage) จากนั้นตั้งโปรแกรมอัตโนมัติเพื่อทำหรือแสดงกิจกรรมต่าง ๆ บนโซเชียลมีเดีย สลับสับเปลี่ยนหน้าที่ทำงานระหว่างมนุษย์กับบอต ทำให้บัญชีไซบอร์กแพร่ชาวปลอมออกไปทั่วในชุมชนออนไลน์ (Chu et al., 2012)

โดยทั้งหมดนี้ มีมนุษย์อยู่เบื้องหลังในการประยุกต์เอาเทคโนโลยีมาประกอบสร้างในการมีตัวช่วยนำเสนอและส่งต่อชาวปลอมบนโลกออนไลน์ที่ง่าย รวดเร็ว ยากแก่การตรวจสอบ และอาจนำมาซึ่งปัญหาและผลกระทบด้านต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ผลกระทบของข่าวปลอม

ศูนย์ข่าวร็องแซร์ ศูนย์กลางเฝ้าระวังและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารเพื่อประชาชน ภายใต้กำกับของ สำนักข่าวไทย อสมท. ร่วมกับ กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ และหน่วยงานองค์กรพันธมิตร ได้ทำการรวบรวมข่าวปลอมทั้งหมดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า ข่าวปลอมสามารถแพร่กระจายได้รวดเร็วและยากต่อการแยกแยะ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อทั้งบุคคลและสังคม ดังนี้

1. ผลกระทบต่อความคิดและความเชื่อ คือ ผลกระทบที่ชัดเจนและสำคัญที่สุด เพราะข่าวปลอมมีอิทธิพลต่อโลกทัศน์ ต่อผู้อ่านและผู้รับสารที่จะตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้รับ โดยจะเกิดทัศนคติทั้งต่อผู้คนและต่อเหตุการณ์ อย่างไรก็ตามผลกระทบส่วนนี้จะขึ้นกับว่าได้รับข้อมูลแบบไหน ถ้าข้อมูลที่ได้รับเป็นข่าวปลอม ข่าวบิดเบือน หรือข่าวที่ก่อกวน ก็ไม่สามารถใช้วิจารณญาณได้ถูกต้อง เนื่องจากขาดข้อเท็จจริงและยอมส่งผลต่อการตัดสินใจ

2. ผลกระทบด้านการเงินและสุขภาพ คือ ข่าวปลอมที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีรายได้เป็นแรงจูงใจ จะชักจูงให้ผู้รับสารจ่ายเงินเพื่อสินค้า-บริการ และหากสินค้า-บริการนั้นไม่ได้คุณภาพก็อาจส่งผลเสียต่อร่างกายและสุขภาพของผู้หลงเชื่อด้วย

3. ผลกระทบด้านอารมณ์ความรู้สึก คือ ข่าวคลิกเบต อาจสร้างความหงุดหงิดให้ผู้อ่าน เมื่อพบว่าเนื้อข่าวไม่ได้มีอะไรน่าสนใจอย่างที่รูปภาพหรือพาดหัวดึงดูดให้เข้ามาอ่าน ข่าวปลอมที่สร้างขึ้นมามีความตลกขบขันก็อาจทำให้ผู้อ่านเกิดความกลัวและวิตกกังวล

4. ผลกระทบด้านทัศนคติ คือ ข่าวปลอมที่เอนเอียงเลือกข้าง หรือข่าวชี้นำอาจสร้างอคติและทัศนคติเชิงลบแก่บุคคลหรือกลุ่มคนที่ถูกใส่ร้ายอย่างไม่เป็นธรรม

5. ผลกระทบด้านความรุนแรง คือ ข่าวลือที่เร้าอารมณ์และโจมตีใส่ร้ายบุคคล อาจก่อให้เกิดความรุนแรง ผู้ที่ถูกกล่าวหาอาจถูกกลั่นแกล้งทางออนไลน์ (Cyberbullying) เพราะความเข้าใจผิดหรืออาจถูกข่มขู่ คุกคาม ทำร้ายในชีวิตจริงได้

6. ผลกระทบต่อสื่อวิชาชีพ คือ ข่าวปลอมได้สร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงเว็บไซต์ที่ถูกเลียนแบบนับตั้งแต่ช่วง ปี พ.ศ. 2559 เริ่มจาก หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ข่าวสดและมติชน ตามลำดับ ต่างเข้าแจ้งความกับเว็บไซต์เลียนแบบเพื่อหลอกลวงผู้อ่าน โดยปัญหาหนึ่งในการรับมือกับเว็บไซต์ปลอม คือองค์กรสื่อมักจะรู้ตัวก็ต่อเมื่อเว็บไซต์ปลอมเหล่านี้ได้ถูกส่งต่อและสร้างความสับสนกับผู้อ่านเรียบร้อยแล้ว

7. ผลกระทบด้านสังคม คือ เมื่อข่าวปลอมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญในสังคมแพร่ระบาด คนในสังคมจะขาดข้อเท็จจริง ที่ต้องใช้ในการวิเคราะห์ อภิปรายและตัดสินใจในเรื่องนั้น ๆ ส่งผลทำให้เกิดความสับสน การแบ่งฝ่ายและสร้างความขัดแย้งในสังคม เพราะแต่ละฝ่ายรับรู้ชุดของข้อมูลที่ต่างกัน

นอกจากนี้ สถาบันอิศรา (2563) ก็ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของข่าวปลอม เช่นกัน โดยพบว่า ด้านเนื้อหาส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคสื่อหลายแง่ ทั้งในแง่ทัศนคติความเชื่อ การสร้างความรู้ความเข้าใจที่ผิดเพี้ยน และบางเรื่องยังส่งผลต่อการใช้ชีวิต โดยหากผู้บริโภคสื่อมีการส่งต่อเรื่องราวที่เป็นเท็จ หมิ่นประมาท อาจเข้าข่ายความผิดทางกฎหมายได้ด้วย ด้านช่องทางการแพร่กระจายมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะทำให้ข่าวปลอมนั้น ๆ ส่งผลกระทบต่อผู้รับมากที่สุด กล่าวคือ หากแพร่กระจายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เป็นสาธารณะ เปิดให้ทุกคนสามารถมองเห็นได้จะมีความรุนแรงหรือสร้างผลกระทบน้อยกว่ากลุ่มปิด (Private Group) ที่มีความเป็นส่วนตัว เพราะกรณีกลุ่มปิด ผู้คนที่เข้าร่วมในกลุ่มนั้นจะต้องมีความผูกพันกันในระดับหนึ่ง ทำให้ไว้วางใจกัน เชื่อใจกันได้ง่ายกว่า และยิ่งนานวันเมื่อได้ปฏิสัมพันธ์กับคนที่มีความคิดเห็นคล้ายกัน เสพแต่สื่อที่ป้อนข้อมูลชุดเดิม ๆ ซ้ำๆ ทำยที่สุดก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคสื่อได้รับข้อมูลเพียงด้านเดียว และกลายเป็นเลือกรับฟังหรือเชื่อเฉพาะในสิ่งที่ตัวเองคุ้นเคยหรือถูกจริตเท่านั้น ซึ่งปัญหาลักษณะดังกล่าว สอดคล้องกับปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “เสียงก้องในห้องแคบ” (Echo Chamber) ที่เป็นสภาวะการเลือกเสพสื่อหรือติดตามข่าวสารจากกลุ่มคนที่คิดเห็นเหมือนกับตัวเองเท่านั้น จนกระทั่งเราได้ยินแต่สุ้มเสียงแบบเดียวกับตัวเองเข้าหูตลอดเวลา เมื่อฟังบ่อย ๆ เข้าก็เพลินนึกไปว่าเสียงตัวเองเป็นความจริงอันสูงสุด และไม่มีที่ว่างเปิดใจรับฟังเสียงที่แตกต่าง ทำให้อาจกลายเป็นส่วนหนึ่งในการแพร่ข่าวปลอมได้ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นผลกระทบด้านใดก็ตาม ย่อมเห็นถึงผลเสียที่เกิดขึ้นตามมาเสมอ

แนวทางการตรวจสอบข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์

สำหรับแนวทางการรับมือข่าวปลอมถือเป็นหน้าที่ของประชาชน ผู้รับสารหรือผู้บริโภคสื่อโดยตรง ที่ควรจะมีภูมิคุ้มกันในการเสาะแสวงหาความรู้ ไม่ควรต้องรอความหวังและผลลัพท์ฝ่ายใด ฝ่ายหนึ่งรับผิดชอบ เพราะบางครั้งการรู้เท่าทันข่าวปลอมได้ด้วยตนเอง น่าจะเป็นตัวช่วยเบื้องต้นที่ดีที่สุด เพื่อการรอดพ้นและไม่ตกเป็นเหยื่อ โดย เฟซบุ๊ก ประเทศไทย ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ ศูนย์ข่าวก่อนแซร์ สำนักข่าวไทย อสมท. ได้ให้คำแนะนำเบื้องต้นว่าก่อนจะเชื่อและส่งต่อข้อมูล ข่าวสาร ใด ๆ ควรตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับเนื้อหาวิธีการนำเสนอ และแนวทางการตรวจสอบข่าวปลอม (กลางกูร พัฒนเมธาดา, 2563) ดังนี้

1. ตรวจสอบพาดหัว คือ อย่าหลงเชื่อหัวข้อข่าวทันทีที่พบเห็น เพราะข่าวปลอมมักมีข้อความพาดหัวข่าวที่สะดุดตา ใช้ตัวหนาและเครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) คำที่ใช้มักใส่อารมณ์เกินจริง กระตุ้นความรู้สึก เน้นการเรียกร้องความสนใจ โดยหากหัวข้อข่าวใดฟังดูหือหวาและไม่น่าเป็นไปได้ ให้ตั้งข้อสังเกตก่อนว่าข่าวนั้นน่าจะเป็นข่าวปลอม ที่มีคุณภาพต่ำ เพื่อให้เกิดจำนวนการคลิกมากที่สุด ดังนั้นควรมีการตรวจสอบก่อนเสมอ
2. ตรวจสอบลิงค์ (Link) และ URL คือ ต้องพิจารณาลิงก์อย่างถี่ถ้วน ระวังเว็บไซต์ปลอมที่สร้างว่าเป็นองค์กรข่าวที่ดูน่าเชื่อถือ ด้วยข่าวปลอมจำนวนมากเลียนแบบรูปลักษณ์ของแหล่งข่าว หรือมีตัวสะกดที่ดัดแปลงให้

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

คล้ายกับเว็บไซต์ข่าวหลัก อาจเป็นสัญญาณเตือนของข่าวปลอม ควรไปที่เว็บไซต์หลักและทำการเปรียบเทียบลิงค์นั้นกับลิงค์ของแหล่งข่าวที่ได้รับการยอมรับและน่าเชื่อถือได้

3. ตรวจสอบแหล่งข่าว คือ การตรวจสอบแหล่งข่าว ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรื่องราวนั้นเขียนขึ้นโดยแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงด้านการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง หากเรื่องราวนั้นมาจากแหล่งข่าวที่เราไม่รู้จัก ให้ตรวจสอบที่ส่วนเกี่ยวกับ (About) ของเพจแหล่งข่าวนั้น เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติม ตรวจสอบเนื้อหาอื่น ๆ ที่ถูกนำเสนออยู่บนเว็บไซต์ แง่มุมในการนำเสนอข่าว และรายละเอียดติดต่ออื่น ๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ประกอบกัน

4. ตรวจสอบสิ่งที่ผิดปกติ คือ ปกติเว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่ง มักสะกดคำ ประโยคต่าง ๆ ผิด แต่ด้วยเหตุผลที่ว่าการศึกษาอักษรก่อนการเผยแพร่ทุกครั้ง เพื่อความถูกต้องและความไม่คลาดเคลื่อนของข้อความที่จะส่งออกไปเป็นสิ่งสำคัญ แต่เว็บไซต์เหล่านี้มักไม่ให้ความสำคัญ จึงเป็นจุดให้สังเกตได้ง่าย หรือบางครั้งมักมีการจัดวางกราฟิกหรือเลย์เอาต์ที่ไม่เป็นมืออาชีพ ผิดเพี้ยนไปจากเลย์เอาต์ของสำนักข่าวจริง หากเห็นลักษณะเหล่านี้ควรอ่านข่าวอย่างระมัดระวัง อ่านให้ละเอียดและตรวจสอบอย่างถี่ถ้วน ก่อนเชื่อ นำไปใช้และส่งต่อ

5. ตรวจสอบรูปภาพ คือ พิจารณารูปภาพให้ละเอียด เพราะข่าวปลอมมักมีรูปภาพหรือวิดีโอที่ถูกบิดเบือนนับเป็นวิธีตรวจสอบที่ง่ายด้วยสมมติฐานที่ว่า เมื่อเนื้อหาข่าวปลอม รูปภาพประกอบข่าวก็ต้องปลอมและไม่ตรงกับเรื่องจริง โดยสามารถตรวจที่มาของรูปภาพประกอบได้จาก Google เพียงคลิกขวาที่รูปภาพในข่าว จะมีหัวข้อให้เลือกว่าค้นหารูปภาพจาก Google ซึ่ง Google จะบอกได้หมดว่ารูปภาพนี้เผยแพร่ในอินเทอร์เน็ตเมื่อไหร่ และถึงบางครั้งรูปภาพอาจเป็นรูปจริง แต่ก็ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของเรื่องราว ดังนั้นเพื่อความมั่นใจให้ลองนำภาพไปตรวจสอบที่มา จึงเป็นวิธีการที่ช่วยกรองข่าวปลอมได้

6. ตรวจสอบวันที่ คือ ดูวันที่ที่ข่าวนั้นนำเสนอ เพราะข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุสมผล หรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์จริง อย่าลืมดูวันที่เนื้อหาถูกตีพิมพ์ นั้นเพราะโลกออนไลน์มีคนจำนวนมากที่ส่งต่อข่าวเก่าอยู่บ่อยครั้ง อาจด้วยความไม่รู้ ไม่เจตนาหรือเจตนาและหวังผลบางอย่าง

7. ตรวจสอบหลักฐาน คือ ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียน ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อยืนยันว่าแหล่งข้อมูลนั้นถูกต้อง เป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือหรือมีตัวตนอยู่จริงหรือไม่ และเป็นบุคลากรที่อยู่ในแวดวงการรายงานข่าวมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยอย่างไร ลองอ่านเรื่องราวอื่น ๆ ที่เขียนโดยผู้เขียนคนเดียวกัน เพราะข่าวที่ไม่มีหลักฐานหรืออ้างอิงผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ระบุชื่อ อาจชี้ให้เห็นว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม

8. ตรวจสอบด้วยการเปรียบเทียบข่าวจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ คือ หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นที่รายงานเรื่องเดียวกัน ก็อาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ว่าข่าวนั้นอาจเป็นข่าวปลอม ถ้าข่าวนั้นมีการรายงานจากหลายแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือก็เป็นไปได้ว่าข่าวนั้นจะเป็นข่าวจริง

9. ตรวจสอบว่าข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่ คือ บางครั้งการแยกข่าวปลอมออกจากมุกตลกหรือข่าวเสียดสีก็ทำได้ยาก ดังนั้นควรตรวจสอบดูว่าเรื่องนั้นมาจากแหล่งที่มาที่ขึ้นชื่อเรื่องเสียดสีข่าวหรือไม่ และพิจารณาว่า

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

รายละเอียด ตลอดจนน้ำเสียงในการเล่าเรื่องฟังดูเป็นเพื่อความสนุกสนานหรือไม่ มิฉะนั้นข่าวลักษณะนี้อาจนำมาซึ่งการกลั่นแกล้งรังแก (Bully) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่อาจมีความผิดทางกฎหมายตามมา

10. ตรวจสอบเรื่องที่จูงใจสร้างขึ้นให้เป็นข่าวปลอม คือ ควรมีสติ ใช้วิจารณญาณในการอ่าน ทำความเข้าใจ ใช้หลากหลายวิธีในการตรวจสอบประกอบกัน และไม่ควรถูกส่งต่อเด็ดขาด แต่หากต้องการส่งต่อเพื่อประโยชน์สาธารณะต้องมั่นใจว่าเป็นข่าวที่เชื่อถือได้เท่านั้น ทั้งนี้การรู้จักสังเกตสิ่งผิดปกติต่าง ๆ แล้วเกิดคำถามเสมอ มักจะช่วยให้เรารู้เท่าทันและมีวิจารณญาณในการรับข่าวสารนั้น ๆ มากขึ้น

11. ตรวจสอบข้อมูลสนับสนุน คือ ตรวจสอบเสมอว่าข้อมูลประกอบในบทความ สนับสนุนเนื้อหาหลักของเรื่องราวอย่างสมเหตุสมผลหรือไม่ ทั้งนี้ต้องระวังข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์หรือหยาบคายเพียงแค่ว่าบางส่วนหรือออกนอกบริบท สามารถนำมาเป็นเครื่องมือเพื่อบิดเบือนข้อเท็จจริงและนำไปสู่ข่าวปลอมได้

12. ตรวจสอบความอคติส่วนตัว คือ คนเรามีแนวโน้มที่จะเชื่อข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อส่วนตัว ก่อนที่จะตัดสินใจว่าเรื่องราวใด ๆ เป็นหรือไม่เป็นความจริง ควรไตร่ตรองให้ดีว่าอคติส่วนตัวไม่ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อการพิจารณาเนื้อหาดังกล่าวในขณะนั้น

นอกจากนี้ วรัญญู ครุจิต (2564) ได้เสนอหลักการตรวจสอบข่าวปลอม สำหรับคิดก่อนส่งต่อ (Share) ตามหลักการ “คิด 4 คิด ก่อนเชื่อ-ก่อนแชร์” ดังนี้

คิดที่ 1 คือ คิดเมื่อเห็นข่าวว่าเป็นเรื่องจริงหรือไม่ เวอร์ไปหรือไม่ มีอะไรน่าสงสัย

คิดที่ 2 คือ คิดเมื่อพิมพ์ข้อความ ก่อนจะกดแชร์หรือพิมพ์แสดงความคิดเห็นต้องคิดว่า จะมีผลกระทบต่อใครหรือไม่ จะโดนหมิ่นประมาทหรือไม่ หรือสนับสนุนซ้ำในสิ่งที่หลอกลวง

คิดที่ 3 คือ คิดก่อนกดโพสต์หรือส่งข้อความ อาจจะลบได้แต่ก็ถูกแคปได้เช่นกัน ดังนั้นให้อ่านทวนอีกครั้ง

คิดที่ 4 คือ คิดว่าจะลบดีไหม จะส่งผลเสียอะไรหรือไม่

และอีกหนึ่งวิธีในการตรวจสอบข่าวปลอมด้วยวิธี “SPOT” รู้ทันไม่ตกเป็นเหยื่อ (วรัญญู ครุจิต. 2564) ดังนี้

S - Source คือ ตรวจสอบแหล่งที่มา น่าเชื่อถือหรือไม่ บุคคลที่แชร์เป็นใคร

P - Profit คือ คนที่ส่งมาหรือคนที่โพสต์เรื่องนี้ เขาได้ประโยชน์อะไร และเมื่อแชร์ต่อจะมีประโยชน์อะไรกับตัวเองและคนรอบข้างหรือไม่

O - Over คือ ถ้อยคำ การพาดหัว ภาพ ดูโอเวอร์เกินไป ใช้คำเร้าอารมณ์ เพราะมีการทดสอบวิจัยมาแล้วว่า ข่าวปลอมจะมีลักษณะกลุ่มคำซ้ำ ๆ เช่น ด่วน ส่งต่อด่วน เพื่อคนที่คุณรักส่งต่อด่วน

T - Time คือ ช่วงเวลา บางเรื่องถูกต้อง แต่เวลา - สถานที่ถูกต้องหรือไม่ เช่น เป็นภาพจริงแต่เกิดขึ้นนานแล้ว หรือภาพคนละประเทศ

ทั้งนี้ จากข้อสังเกตทั้งหมดอาจจะบอกไม่ได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ว่าข่าวนั้นเป็นเรื่องจริงหรือไม่ ดังนั้น ผู้ใช้สื่อทุกคนจึงควรมีภูมิคุ้มกันตนเองในการรับข่าวสารข้อมูล ตรวจสอบให้รอบด้าน เลือกเชื่อ เลือกใช้ เลือกแชร์ พัฒนา

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

ตนเองให้เป็นพลเมืองเท่ากันเสีย ไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอม ข่าวลวง ข้อมูลเท็จ หรือผู้อยู่เบื้องหลังที่ต้องการแสวงหาประโยชน์จากการรับข้อมูลข่าวสารของเราเอง และทางที่ดีคือไม่ส่งต่อในสิ่งที่ไม่มั่นใจ เพื่อป้องกันผลกระทบร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นตามมาโดยไม่รู้ตัว

บทสรุป

นิยามคำว่า ข่าวปลอม (Fake News) ณ ปัจจุบันยังไม่มีคำจำกัดความที่แน่นอน ทั้งนี้พบว่า มีทั้งความเห็นที่แตกต่างและมีลักษณะร่วมที่คล้ายกัน จึงสามารถสรุปความหมายกว้าง ๆ ของข่าวปลอม คือ ข่าวที่ 1) เนื้อหาไม่ข้อเท็จจริงเพียงเล็กน้อย หรือเพียงบางส่วน แต่ขาดบริบทของรายละเอียด 2) อาจเป็นข่าวที่ไม่มีมูลความจริงเลย ไม่มีแหล่งข่าวหรือคำพูดที่ตรวจสอบได้ 3) ข่าวปลอมบางประเภทก็อาจมีเนื้อหาที่ตรวจสอบได้จริง แต่มีลักษณะการเขียนด้วยอคติ ใจให้ร้าย หรือไม่ใส่รายละเอียดที่สำคัญต่อเหตุการณ์ลงในเนื้อหาหรือนำเสนอจากมุมมองด้านเดียว 4) มีลักษณะเป็นโฆษณาชวนเชื่อ ที่ใจเขียนขึ้นมาเพื่อชักนำคนอ่าน หรืออาจเป็นเพียงแค่ “พาดหัว ยั่วให้คลิก” (Clickbait) ที่เขียนล่อให้คนเข้ามาอ่าน เพื่อเพิ่มยอดวิวโดยมีแรงจูงใจต่าง ๆ อยู่เบื้องหลัง โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ข่าวที่เนื้อหาไม่ถูกต้อง (Falseness) อาทิ ข่าวที่ผิด (Misinformation) ข่าวที่บิดเบือน (Disinformation) และ 2) ข่าวที่มีเนื้อหา 71 นามุ่งร้าย (Intent to harm) หรือ ข่าวที่แฝงเจตนาร้าย (Mal-information)

ด้าน เนื้อหาของข่าวปลอม ซึ่งมีความสอดคล้องกับประเภทของข่าวปลอมข้างต้น สามารถแบ่งตามระดับความรุนแรงจากน้อยไปหามาก ออกได้เป็น 7 รูปแบบ ประกอบด้วย เนื้อหาล้อเลียนเสียดสี (Satire or Parody Content), เนื้อหาไม่ตรงพาดหัว (False Connection Content) เนื้อหาชี้แนะ (Misleading Content), เนื้อหาที่ผิดบริบท (False Context Content), เนื้อหาแอบอ้าง (Impostor Content), เนื้อหาหลอกลวง (Manipulated Content) และ เนื้อหาถูกขึ้นมา (Fabricated Content) โดยข่าวประเภทนี้พบเห็นมากที่สุดและมีระดับความรุนแรงมากที่สุด ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าข่าวปลอม ที่มีรูปแบบเนื้อหาต่าง ๆ นั้น ได้มีวิธีการนำเสนอที่พบเห็นบนแพลตฟอร์มออนไลน์ 10 รูปแบบ คือ นำเสนอด้วยพาดหัว (Headline) สะดุดตา, นำเสนอด้วยลิงก์ (Link) ที่ผิดไปจากปกติ, นำเสนอด้วยแหล่งที่มาแปลก ๆ, นำเสนอด้วยการสะกดคำผิดและจัดรูปแบบแปลก ๆ, นำเสนอด้วยรูปภาพที่ไม่มี ความเกี่ยวข้องกับข่าว, นำเสนอด้วยวันที่ที่ไม่สมเหตุสมผล, นำเสนอด้วยการอ้างอิงชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ไม่มีอยู่จริง, นำเสนอด้วยการรายงานต่างไปจากสำนักข่าวอื่นมากจนเกินไป, นำเสนอด้วยการเสียดสีหรือใส่มุกตลก และ นำเสนอด้วยเรื่องที่ใจสร้างให้เป็นข่าวปลอม

ส่วนสภาพปัญหาของข่าวปลอมที่พบในปัจจุบัน โดยเฉพาะแพลตฟอร์มออนไลน์ในรูปของโซเชียลมีเดียอันนับเป็นช่องทางสื่อสารที่ประชาชน ผู้รับสารเลือกใช้งานมากที่สุด โดยเลือกใช้เพื่อการเปิดรับข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ และด้วยการรายงานสถิติของศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จะเห็นได้ถึง

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

จำนวนผู้โพสต์และผู้แชร์ข่าวปลอมข่าวบิดเบือน ที่ไม่ใช่ข่าวจริง หรือมีเค้าความจริงอยู่บ้างแต่ไม่ใช่ทั้งหมด มีจำนวนมากและน่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งด้วยจากฝีมือมนุษย์และ “ปัญญาประดิษฐ์” (Artificial Intelligence : AI) อาทิ โซเชียลบอต (Social Bot) โทรล (Troll) และผู้ใช้ไซบอร์ก (Cyborg Users) ซึ่งยากแก่การตรวจสอบ และอาจนำมาซึ่งปัญหาและผลกระทบด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเนื้อหาและด้านช่องทางการนำเสนอ คือ ผลกระทบต่อความคิดและความเชื่อ, ผลกระทบด้านการเงินและสุขภาพ, ผลกระทบด้านอารมณ์ความรู้สึก, ผลกระทบด้านทัศนคติ, ผลกระทบด้านความรุนแรง, ผลกระทบต่อสื่อวิชาชีพ และผลกระทบด้านสังคม

สำหรับ แนวทางที่เป็นช่องทางการตรวจสอบข่าวปลอมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถใช้ได้ด้วยตนเองเบื้องต้น มีทั้งหมด 12 ข้อ คือ ตรวจสอบพาดหัว, ตรวจสอบลิงค์ (Link) และ URL อย่างถี่ถ้วน, ตรวจสอบแหล่งข่าว, ตรวจสอบสิ่งที่ผิดปกติ, ตรวจสอบรูปภาพ, ตรวจสอบวันที่, ตรวจสอบหลักฐาน, ตรวจสอบด้วยการเปรียบเทียบข่าวจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ, ตรวจสอบว่าข่าวนั้นเป็นมุขตลกหรือไม่, ตรวจสอบเรื่องที่จูงใจสร้างขึ้นให้เป็นข่าวปลอม, ตรวจสอบข้อมูลสนับสนุน, ตรวจสอบความอคติส่วนตัว หลักการ คิด 4 คิด ก่อนเชื่อ-ก่อนแชร์ และวิธีการ SPOT ทั้งนี้นอกจากการตรวจสอบด้วยตนเองเบื้องต้น ยังมีเครื่องมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ จากแพลตฟอร์มสื่อองค์กรใหญ่ ๆ ที่มีเครื่องมือเพื่อดำเนินการกับข้อมูลที่ไม่เหมาะสม และเครื่องมือเพื่อสืบค้นจัดการกับข่าวลวงเอาออกจากพื้นที่ ลดความถี่การมองเห็นและการแจ้งเตือน มาเป็นตัวช่วยในการตรวจสอบข่าวปลอมด้วยเช่นกัน

บรรณานุกรม

กุลางกูร พัฒนเมธาตา. (2563). **วิธีการสังเกตข่าวจริง/ข่าวปลอมในโลกออนไลน์.**

https://stri.cmu.ac.th/tip_detail.php?id=56

คณะกรรมการการยุโรป. (2560). **Background Note for the Attention of The Cabinet of The President of The European Commission Jean-Claude Juncker ‘Fake news’.** <https://www.asktheeu.org/en/request/3724/response/13625/attach/5/Annex%201.pdf>

เจิต บรรดาศักดิ์. (2563). **‘ข่าวปลอม’ จากมุมมองนักปรัชญา เหตุผลของการมีอยู่และรับมือให้ได้.**

<https://themomentum.co/philosophy-of-fake-news/>

เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล และธัญญนันทนัฐ ด่านไพบุลย์. (2561). **Fake News : Problems and Challenge.**

NBTC Journal, 2(2), 173–192.

ณัฐกร ปลอดดี. (2565). **ที่มาของคำว่า “เฟคนิวส์” และทำไมเราถึงควรเลิกใช้คำนี้ COFACT SPECIAL REPORT #13.** <https://blog.cofact.org/special-report-13/>

ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. (2554). **แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี.**

วารสารนักบริหาร, 31(4), 126-134.

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

- ดนยา สุเวทเวทิน. (2562). **ข่าวเทียม ข่าวปลอม ข่าวลวง คืออะไร?**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ.
- ธนภณ เรามานะชัย. (2565). **ที่มาของคำว่า “เฟคนิวส์” และทำไมเราถึงควรเลิกใช้คำนี้ COFACT SPECIAL REPORT #13**. <https://blog.cofact.org/special-report-13/>
- นันทิกา หนูสม. (2560). **ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร**.
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3177/1/nuntika_noos.pdf/
- พีรพล อนุตรโสตถี. (2565). **ที่มาของคำว่า “เฟคนิวส์” และทำไมเราถึงควรเลิกใช้คำนี้ COFACT SPECIAL REPORT #13**. <https://blog.cofact.org/special-report-13/>
- พจนานุกรมออกซฟอร์ด. (2555). **นิยามคำว่า Fake**. กรุงเทพฯ: Oxford University Press.
- มานิจ สุขสมจิตร. (2565). **บทความพิเศษ Fake News : ข่าวลวง,ข่าวปลอม**. *วารสารศาสตร์*, -(),9-39.
- ยุภา ทวีวัฒนะกิจบวร. (2564). **สุดยอด! ผลวิจัยพบ “เฟคนิวส์” แพร่เร็วกว่าข่าวจริง 6 เท่า**.
<https://www.tnnthailand.com/news/social/73639/>
- วรวิมล อ่อนน่วม. (2555). **ปรากฏการณ์ทางการสื่อสารยุคดิจิทัล**. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*, 18(2), 291 – 311.
- วรรษัญ ครุจิต. (2564). **เบื้องหลังกับดัก “ข่าวปลอม” ถึงเวลาหรือยังที่คนไทยต้องเรียนรู้เท่าทันสื่อ ?**.
<https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/86419/>.
- วารยา ในศิลปวัฒนธรรม. (2552). **10 สุดยอดทฤษฎี เบคิตฮิตทั่วโลก ข้อเท็จจริงหรือเรื่องลวงโลกที่ (บางคน)รอกการพิสูจน์**. https://www.silpa.com/history/article_46723
- สรานนท์ อินทนนท์. (2562). **รู้เท่าทันข่าว (News Literacy)**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.).
- สถาบันอิศรา. (2563). **ผลกระทบของข่าวปลอมและแนวทางการรับมือของผู้บริโภคสื่อ**.
https://isra.or.th/pr-news/item/766-fakenews_766.html
- สุนันทา แยมทัฬ และอรัญญา ศิริผล. (2564). **ข่าวปลอมกับการทำงานของนักข่าวในยุคดิจิทัล**.
วารสารศาสตร์, -(),120-144.
- สุภิญญา กลางณรงค์. (2565). **ที่มาของคำว่า “เฟคนิวส์” และทำไมเราถึงควรเลิกใช้คำนี้ COFACT SPECIAL REPORT #13**. <https://blog.cofact.org/special-report-13/>
- สวิตตา ธนวัฒน์. (2564). **ดีอีเอสเปิดสถิติปี 2564 คนไทยแชร์ข่าวปลอมมากกว่า 23 ล้านคน โดยกลุ่ม**

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2565)

เยาวชนเป็นผู้โพสต์และแชร์ข่าวปลอมมากที่สุด.

<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG211230104435504>

Bakir, V. and McStay, A. (2018). Fake News and the Economy of Emotions: Problems, Causes, Solutions. **Digital Journalism**, 6(2), 154-175.

Chu, Z. et al. (2012), Detecting Automation of Twitter Accounts: Are you a Human, Bot, or Cyborg?, **IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing**, 9(6), 811-824.

Claire Wardle. (2016). **7 Types of Election Fake News**. Columbia: Journalism Review.

TNNONLINE. (2565). เบื้องหลังกับดัก "ข่าวปลอม" ถึงเวลาหรือยังที่คนไทยต้องเรียนรู้เท่าทันสื่อ?.

<https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/86419/>

Shu et al. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. **SIGKDD Explore News**, 19(1), 22-36.

Straubhaar, J.D. and LaRose, R. (2000). **Media now: communications media in the information age**. CA: Wadsworth.

Tambini, D. (2017). **Fake News: Public Policy Responses (LSE Media Policy Project Brief**

20.). http://eprints.lse.ac.uk/73015/1/LSE%20MPP%20Policy%20Brief%2020%20-%20Fake%20news_fnal.pdf