

การวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

A Content Analysis of Edible Insects in Online Media

บันฑูร พานแก้ว¹ Banthoon Phankaew¹

¹ กลุ่มวิชาบริหารการสื่อสาร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประเทศไทย; Department of Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University, Thailand

* Corresponding author email: banthoon@tu.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์: ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับแมลงกินได้และวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูลในสื่อออนไลน์

วิธีการศึกษา: ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา รวบรวมข้อมูลจากสื่อออนไลน์ 3 แพลตฟอร์ม ได้แก่ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และดีกติก โดยใช้คำค้นหา #จิ้งหรีด #ตักแตน #อาหารแห่งอนาคต และ #แมลงกินได้ ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ.2564 ถึง 30 เมษายน พ.ศ.2566 วิเคราะห์ด้วยตารางแจกแจงความถี่และแนวคิดเรื่องแมลงกินได้ควบคู่กับแนวคิดความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร

ข้อค้นพบ: จากข้อมูล 102 โพสต์ พบว่าเนื้อหาเชิงบวกเกี่ยวกับการตลาดและโอกาสทางธุรกิจเผยแพร่บนยูทูบ โดยสำนักข่าวมากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาเชิงลบเกี่ยวกับการพบพยาธิในแมลง โดยส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาต้นน้ำของอุตสาหกรรมแมลงกินได้ ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารพบในรูปแบบข้อมูลผิดและข้อมูลบิดเบือนใกล้เคียงกัน ความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากมักมีการเสียดสี ล้อเลียน และใช้ถ้อยคำแสดงหรือวิจารณ์ภาษาเพื่อหลีกเลี่ยงการควบคุม ยูทูบเป็นช่องทางหลักของเนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร ส่วนเฟซบุ๊กมีความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากที่สุด

การประยุกต์ใช้จากการศึกษา: ผลการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวางแผนสื่อสารเกี่ยวกับแมลงกินได้ให้ถูกต้อง รวมถึงการจัดการความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร และสะท้อนบทบาทของสำนักข่าวออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เนื้อหา ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร ข้าวปลอม อาหารแห่งอนาคต แมลงกินได้ โปรตีนทางเลือก ความมั่นคงทางอาหาร จิ้งหรีด ตักแตน สื่อออนไลน์

Abstract

Purpose: To study content related to edible insects and analyze information disorders in online media.

Methodology: A qualitative research method using content analysis was conducted. Data were collected from three online platforms—Facebook, YouTube, and TikTok—using keywords #crickets, #grasshopper, #futurefood, and #edibleinsects. The study covered posts published between May 1, 2021, and April 30, 2023. Analysis was carried out using frequency distribution tables alongside the concepts of edible insects and information disorders.

Findings: From 102 posts analyzed, the most common content was positive, focusing on marketing and business opportunities, predominantly published on YouTube by news agencies. This was followed by negative content about insect parasites. Most content pertained to the upstream edible insect industry. Information disorders appeared in nearly equal proportions as misinformation and disinformation. Highly engaged comments often featured satire, parody, slang, or nonverbal expressions to evade moderation. YouTube was the primary platform for disinformation, while Facebook generated the highest number of engaged comments.

Applications of this study: The findings can serve as a foundation for planning accurate communication about edible insects, addressing information disorders, and reflecting on the role of online news agencies in disseminating such information.

Keywords: Content analysis, Information disorder, Fake news, Future food, Edible insect, Entomophagy, Alternative protein, Food security, Cricket, Grasshopper, Online media

1. บทนำ

แมลงกินได้ (Edible insect) คืออาหารแห่งอนาคต (Future food) ที่ได้รับการประกาศจากองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO : Food and Agriculture Organization) ว่าเป็นอาหารนวัตกรรมใหม่ซูเปอร์ฟู้ด (Super food) ร่วมกับเนื้อเทียม (Plant-based protein) จากโปรตีนทางเลือก และเนื้อจากห้องปฏิบัติการ (Cultured meat) เพื่อใช้รองรับต่อความมั่นคงทางอาหาร (Food security) ในอนาคต เนื่องจากสถานการณ์การขาดแคลนอาหารโดยเฉพาะแหล่งโปรตีน ซึ่งมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ภาวะโลกร้อน ภัยพิบัติ การขาดแคลนน้ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นแหล่งอาหารของสัตว์เลี้ยงมีผลผลิตไม่เพียงพอ พื้นที่การเกษตรลดลง และจำนวนประชากรโลกที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 9,700 ล้านคนในปี พ.ศ. 2593 (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013) อีกทั้งการทำปศุสัตว์แบบเดิมสร้างก๊าซเรือนกระจกและใช้พื้นที่จำนวนมากในการเพาะปลูกเมล็ดธัญพืชเพื่อเป็นอาหารสัตว์

นักวิทยาศาสตร์จึงพยายามค้นหาแหล่งอาหารใหม่ (Novel food) ที่มีความปลอดภัยทางอาหาร (Food safety) ที่หมายถึงการรับประกัน (Assurance) ว่าอาหารจะไม่ทำให้เกิดอันตรายเนื่องจากจุลินทรีย์ก่อโรค พยาธิ สารเคมีหรือวัตถุปนเปื้อนทางกายภาพในขณะเตรียมหรือบริโภคที่อาจเป็นอันตรายต่อการเจริญเติบโตของร่างกาย สุขภาพอนามัย และการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค รวมทั้งต้องมีปริมาณเพียงพอ (Food availability) และมีความสามารถในการเข้าถึงอาหารได้ (Food access) จากแหล่งอาหารใหม่ทั้งสามชนิด แผลงกินได้กำลังได้รับการสนับสนุนให้มีการพัฒนา เนื่องจากมีคุณค่าทางโภชนาการให้โปรตีนสูงกว่าเนื้อสัตว์ประเภทอื่น มีวิธีการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพราะปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยกว่า ใช้พื้นที่น้อยและสามารถเลี้ยงได้เองที่บ้าน

มนุษย์มีการนำแมลงมาเป็นแหล่งอาหารมาอย่างยาวนานเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมในทวีปแอฟริกา เอเชีย และละตินอเมริกา มีแมลงมากกว่า 2,100 ชนิดถูกนำมาเป็นอาหารใน 130 ประเทศ ส่วนใหญ่ถูกจับมาจากพื้นที่ธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 92 แมลงที่มีลักษณะกึ่งเพาะเลี้ยงโดยมนุษย์และอาศัยอยู่ตามธรรมชาติคิดเป็นส่วนร้อยละ 6 และแมลงจากฟาร์มเพาะเลี้ยงร้อยละ 2 (Food And Agriculture Organization of The United Nations, 2013) ในประเทศไทยมีการบริโภคแมลงมากกว่า 194 ชนิด เช่น แมลงดانا แมลงกุดจี จิ้งหรีด ตั๊กแตน หนอนรถด่วน ตั๊กแตนไหม้ ในจำนวนแมลงกินได้ทั้งหมดจิ้งหรีดถือเป็นแมลงที่ได้รับความนิยม และเป็นตัวเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการเลี้ยงในฟาร์มเพื่อเป็นสัตว์เศรษฐกิจในอุตสาหกรรมแมลงกินได้ เพราะให้โปรตีนสูง เลี้ยงง่าย ปล่อยก๊าซคาร์บอนน้อยและแปรรูปได้อย่างหลากหลาย (Halloran et al., 2018) ทั้งในรูปแบบแมลงทั้งตัวสด แช่แข็ง แปรรูปทอด คั่ว และในรูปแบบอาหารแปรรูป เช่น แมลงผง โปรตีนเชค โปรตีนบาร์ ผงชูรส เครื่องดื่ม ฯลฯ จึงนับเป็นโอกาสของประเทศไทยที่มีความพร้อมทางด้านการผลิตและมีวัฒนธรรมการบริโภคแมลงเป็นฐานทุน รัฐบาลตั้งเป้าผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตโปรตีนจากแมลงของโลก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าวัฒนธรรมการบริโภคแมลงเป็นเรื่องที่คนไทยคุ้นชินแต่ยังมีอุปสรรคต่อการยอมรับของผู้บริโภคชายใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มคนเมืองและคนรุ่นใหม่ (Patchimnan, Phankaew & Inson, 2022) รวมทั้งคนต่างประเทศในยุโรปและอเมริกาซึ่งเป็นตลาดเป้าหมายยังมีความรู้สึกเชิงลบและไม่เปิดรับการบริโภคแมลงเพราะการรับรู้คุณค่าทางโภชนาการของแมลงกินได้ยังไม่เป็นที่รู้จัก รวมทั้งถูกมองว่าแมลงเป็นสิ่งที่สกปรกไม่ใช่สิ่งที่สมควรบริโภค (Abdullahi et.al, 2021) โดยมีที่มาทั้งจากประสบการณ์ตรงรับรู้ด้วยตนเองจาก กลิ่น รส สัมผัส รูปลักษณ์ และประสบการณ์ทางอ้อมผ่านการนำเสนอภาพลักษณ์แมลงผ่านสื่อโดยการยอมรับนั้นขึ้นกับชนิดของแมลง รูปแบบผลิตภัณฑ์และวิธีการบริโภค จากการศึกษาอิทธิพลของสื่อที่ส่งผลต่อผู้บริโภคแมลงพบว่าการสื่อสารเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ ด้วยจำนวนและความถี่นั้นไม่ได้เป็นสิ่งรับรองว่าจะสามารถทำให้เกิดการยอมรับบริโภคแมลงมากขึ้น (Marberg, van Kranenburg & Korzilius, 2017) แต่เป็นตัวชี้วัดที่ช่วยบ่งบอกถึงการเพิ่มขึ้นของความรู้และการตระหนักรู้ในกลุ่มผู้รับสาร ข้อมูลด้านแมลงกินได้ในประเทศเนเธอร์แลนด์ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำเรื่องแมลงกินได้ในยุโรปพบว่าข้อมูลเกือบทั้งหมดมาจากหนังสือพิมพ์ ส่วนที่เหลือมาจากนิตยสารและสำนักข่าว โดยทิศทางของเนื้อหาบทความนั้นพบว่าบทความส่วนใหญ่มีเนื้อหาที่นำเสนอในเชิงบวก มีการนำเสนอในเชิงลบเพียงเล็กน้อย โดยมีเนื้อหาที่ถูกนำเสนอสูงสุดคือการ

นำเสนอแมลงในฐานะที่เป็นอาหารและการยอมรับของสาธารณชน สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่ในการสะท้อนภาพค่านิยม บรรทัดฐานของสังคม ความน่าเชื่อถือและการยอมรับของสาธารณชน ความรู้ความเข้าใจ และตระหนักรู้เรื่องแมลงกินได้ในสาธารณชนกำลังเพิ่มสูงขึ้น และนักวิจัยพยายามศึกษาถึงกลยุทธ์ในการสร้างการยอมรับการบริโภคแมลงกินได้เพื่อให้เกิดการบริโภคแมลงมากยิ่งขึ้น (Kauppi, Pettersen & Boks, 2019)

การสื่อสารคือเครื่องมือที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการถ่ายทอดความรู้และสร้างการยอมรับต่อการบริโภคแมลง (Stockholm Environment Institute, 2020) ซึ่งนำไปสู่การสร้างความมั่นคงทางอาหาร (Schraedley et.al, 2020) แต่ในทางตรงกันข้ามการสื่อสารอาจเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับการบริโภคแมลงได้ด้วยเช่นกัน จากการศึกษาของ Duffus, Christie & Morimoto (2021) พบว่าแมลงที่ปรากฏในสื่อ (Insects in Media) มักถูกกล่าวถึงในลักษณะที่สื่อไปทางน่ารังเกียจ ขยะแขยง เช่น ภาพยนตร์เกี่ยวกับความกลัวแมลง สื่อมักใช้ประโยชน์จากความกลัวเกินจริงของแมลงและสัณฐานวิทยาของแมลงมาเล่าเรื่องราว หรือแม้แต่เสริมสร้างความเข้าใจผิด ๆ บางอย่างเกี่ยวกับแมลง มีส่วนทำให้เกิดความกลัวต่อแมลง ขณะที่เนื้อหาประเภทที่สร้างแรงบันดาลใจจากแมลงมีน้อยกว่าเนื้อหาที่สื่อไปในเชิงลบต่อแมลง ภาพลักษณ์ของแมลงในสื่อปัจจุบันส่วนใหญ่ทั้งหนังสือ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือเกม สะท้อนและสร้างความเกลียดชังให้กับความหมายของคำว่า “แมลง” Looy, Dunkel & Wood (2013) กล่าวว่าสื่อมักใช้ถ้อยคำเกี่ยวกับแมลงต่อบุคคลที่ต่างจากตนเอง หรือเป็นผู้ที่แปลกแยกมีข้อแตกต่างจากผู้อื่น เพื่อให้เกิดการตีความหมายในแง่ของความเป็นอื่น ทั้งที่แมลงมีคุณประโยชน์ในหลากหลายมิติแต่กลับไม่ให้ความสำคัญมากเท่าที่ควร

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างพฤติกรรมการใช้สื่อของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป ผู้ส่งสารในสื่อสังคมออนไลน์ไม่ถูกจำกัดเพียงแต่สื่อสารมวลชนเหมือนก่อน สำนักข่าวออนไลน์ เพจ ทำหน้าที่คล้ายคลึงกับสื่อสารมวลชนแบบเดิม ผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารออกไปสู่ผู้ติดตามได้เป็นจำนวนมากได้เช่นกัน รวมทั้งผู้ใช้งานทั่วไปด้วย และเนื่องจากสื่อสังคมออนไลน์เน้นเผยแพร่เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้น โดยที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์สามารถสร้างรายได้จากจำนวนผู้เข้าชมเนื้อหาของตนจึงทำให้มีเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างถูกผลิตและเผยแพร่ออกมาเป็นจำนวนมาก โดยใช้กลวิธีต่าง ๆ สร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อดึงดูดหากล่อความสนใจของผู้ชม เนื้อหาเกี่ยวกับแมลงกินได้เป็นหนึ่งในเนื้อหาที่ได้รับความนิยมในการสร้างสรรค์และเผยแพร่ในสื่อออนไลน์ ปัจจุบันแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยตามลำดับสามอันดับแรกคือ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีผู้ใช้งาน 48.10 ล้านราย ยูทูบ (YouTube) มีผู้ใช้งาน 43.90 ล้านราย และติ๊กต็อก (TikTok) มีผู้ใช้งาน 40.28 ล้านราย (Dataxet, 2023) สื่อออนไลน์ทั้งสามแพลตฟอร์มมีความสามารถในการเผยแพร่ทั้งข้อความ ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็น (Comment) ส่งต่อ (Share) หรือการติดป้าย (Tag) เพื่อส่งข้อความเหล่านั้นโดยตรงถึงบุคคลในเครือข่ายของตน ซึ่งนับว่าเป็นการผลิตเนื้อหาซ้ำและผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสาร การบอกต่อของเพื่อนส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับสารอย่างมาก (Nadeem, et.al, 2015) และเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างมีส่วนสนับสนุนสำคัญในการแบ่งปันข้อมูล (Bai, Yao & Dou, 2015) สร้างอันตรกิริยาร่วมกัน ด้วยลักษณะการทำงานของสื่อออนไลน์ดังกล่าวจึงทำให้มีเนื้อหาทั้งที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องปะปนอยู่ด้วยกันทั้งที่ไม่เจตนาและเจตนาในการสร้างเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นเท็จ เนื้อหาที่มีความเป็นเท็จ

เหล่านั้ันเรียกรวมได้ว่าความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร (Information Disorder) องค์การสหประชาชาติระบุว่าภัยคุกคามจากความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารคือภัยคุกคามที่มีความรุนแรงในลำดับต้น ๆ โดยที่สื่อออนไลน์เป็นสื่อสำคัญในการนำเสนอข่าวสาร ด้วยความรวดเร็วในการเผยแพร่และการเข้าถึงได้ในวงกว้างจึงเป็นหนึ่งในช่องทางที่สื่อสารที่มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารเรื่องแมลงกินได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนี้ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์ เพื่อนำไปสู่การอภิปรายความทางวิชาการและนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานของการวางแผนการสื่อสารเรื่องแมลงกินได้ให้มีความถูกต้องซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับการบริโภคแมลงกินได้มากขึ้น

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาเนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์
- 2) เพื่อวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารของเนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

3. วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) มีการใช้สถิติในการพรรณนาข้อมูล โดยมีผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการพิจารณาจำแนกข้อมูลของตัวอย่างจึงนับว่าเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากการจำแนกข้อมูลมีลักษณะเป็นอัตวิสัย (Subjectivity) ของผู้วิจัย (Sotanasathien, 2012; Krippendorff, 2018) ร่วมกับการใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการบันทึกข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ 3 แพลตฟอร์ม คือ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และติ๊กต็อก ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ผู้ใช้งานในประเทศไทยสูงที่สุดสามอันดับแรก โดยใช้คำค้นหา #จิ้งหรีด #ตีกแตน #อาหารแห่งอนาคต และ #แมลงกินได้ รวบรวมเนื้อหาที่เผยแพร่ในช่วงระยะเวลา 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2566 โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกตัวอย่างด้วยจำนวนการมีส่วนร่วมของผู้รับสารด้วยการแสดงความรู้สึกถูกใจมากกว่า 50 บัญชี หรือมีการส่งต่อ มากกว่า 10 ครั้ง ทำให้ได้จำนวนตัวอย่างเนื้อหาทั้งสิ้น 102 ชิ้น รวบรวมและลงรหัสลงในคอมพิวเตอร์ จากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหาตัวอย่างแต่ละชิ้นตามเกณฑ์การวิเคราะห์ ได้แก่ 1) จำแนกแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ที่เผยแพร่ของแต่ละเนื้อหา 2) จำแนกผู้ส่งสารของแต่ละเนื้อหา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ เพจหรือสำนักข่าว (Page หรือ News Agency) ผู้ที่มีอิทธิพลทางความคิด (Macro-Influencers หมายถึง บุคคลที่มีผู้ติดตามตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป) และเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง (User Generated Content: UGC) 3) จำแนกประเภทของเนื้อหา 10 ประเภท คือ (1) การตลาดและโอกาสทางธุรกิจ (2) ความรู้เรื่องการผลิต การเลี้ยง (3) การขายแมลงจากฟาร์ม (4) ประโยชน์ของการบริโภคแมลง (5) วิธีการบริโภค การปรุงอาหารจากแมลง (6) ข้อมูลการแพทย์ การแพ้ (7) พยาธิในแมลง (8) การปนเปื้อนยาฆ่าแมลง (9) นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ และ (10) การหาจับในธรรมชาติ และ 4) จำแนกแต่ละเนื้อหาว่าเป็นเนื้อหาในเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบต่อการบริโภคแมลงกินได้

ในส่วนที่สองการวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร รวบรวมและคัดเลือกตัวอย่างจากสองแหล่ง คือ โพสต์เนื้อหาตัวอย่างที่คัดเลือกได้ทั้ง 102 ชิ้น จากการคัดเลือกตัวอย่างข้างต้น และความคิดเห็นที่มีส่วน

ร่วมมาก (Top comments) ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาตัวอย่างนั้น เนื่องจากความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากเป็นการผลิตเนื้อหาซ้ำในเนื้อหาเดิม นับว่าเป็นปัญญาสะสม (Collective intelligence) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมสื่อหลอมรวมตามแนวคิดของ Jenkins (2003) มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารในสื่อออนไลน์ โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากจากข้อความที่ได้รับการแสดงความรู้สึกถูกใจมากกว่า 50 บัญชี นำตัวอย่างเนื้อหาทั้งโพสต์และความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมาก มาพิจารณาความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารตามเกณฑ์ที่แบ่งไว้เป็น 3 กลุ่ม ซึ่งแบ่งออกเป็น 10 ประเภท คือ 1) ข้อมูลที่ผิด ประกอบด้วย การเสียดสีและล้อเลียน ข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงผิด และเนื้อหาที่ซ้ำทำให้เกิดการเข้าใจผิด 2) ข้อมูลที่ถูกบิดเบือน ประกอบด้วย ข้อมูลที่ผิดบริบท ข้อมูลที่มีเนื้อหาแอบอ้าง เนื้อหาที่มีการดัดแปลง และเนื้อหาที่แต่งขึ้นมาใหม่ 3) ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย ประกอบด้วย ข้อมูลที่ละเมิดความเป็นส่วนตัว การคุกคาม และคำพูดที่แสดงความเกลียดชัง โดยผู้วิจัยเป็นผู้จำแนกเนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารด้วยการพิจารณาทั้งภาพนิ่ง ภาพวิดีโอ คำบรรยาย และบริบทแวดล้อมในเนื้อหาเพื่อวิเคราะห์เจตนาของการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร กล่าวคือ หากไม่มีเจตนาจะถูกจัดว่าเป็นข้อมูลที่ผิด หากมีเจตนาเสนอจะถูกจัดว่าเป็นข้อมูลที่ถูกบิดเบือนหรือข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย โดยพิจารณาตามระดับของถ้อยคำ ภาษา ที่สร้างเกณฑ์ไว้ตามคู่มือการลงรหัส (Coding sheet) และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการยืนยันด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านแมลงกินได้ และข้อมูลจากเอกสารวิชาการ

4. ขอบเขตงานวิจัย

การวิเคราะห์เนื้อหาการสื่อสารแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์ 3 แพลตฟอร์ม คือ เฟซบุ๊ก ยูทูบ และดีดิกด็อก ในช่วงระยะเวลา 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง 30 เมษายน พ.ศ. 2566 การคัดเลือกตัวอย่างเนื้อหาตามเกณฑ์ที่กำหนดนั้น อาจทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการเปลี่ยนแปลงเนื่องจากเนื้อหาในสื่อออนไลน์มีการเพิ่มลดจำนวนผู้แสดงความรู้สึก รวมถึงการแก้ไข ลบเนื้อหาและความคิดเห็นได้ภายหลัง ผู้วิจัยจึงพิจารณาเนื้อหาตามจำนวนที่พบในช่วงเวลาที่ศึกษาเท่านั้น เนื้อหาที่ไม่ใช่แมลง เช่น ตะขาบ แมงป่อง แมงมุม แต่ถูกค้นพบด้วยคำค้นหา จะถูกรวบรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

5. ผลการศึกษา

5.1 วิเคราะห์เนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

จากตัวอย่างเนื้อหาแมลงกินได้ที่คัดเลือกมาด้วยคำค้นหาและเกณฑ์ที่กำหนดจากสื่อออนไลน์ ทั้งสามแพลตฟอร์มรวม 102 โพสต์ พบว่ามีเนื้อหาแมลงกินได้บนแพลตฟอร์มยูทูบมากที่สุดร้อยละ 56.87 เฟซบุ๊กร้อยละ 35.29 และดีดิกด็อกร้อยละ 7.84 แบ่งเป็นเนื้อหาเชิงบวกต่อแมลงกินได้ร้อยละ 45.10 เนื้อหาเชิงลบร้อยละ 28.43 และเนื้อหาที่เป็นกลางร้อยละ 26.47 โดยมีผู้ส่งสารจากสำนักข่าวร้อยละ 55.88 เนื้อหาที่ใช้สร้างร้อยละ 40.20 และผู้มีอิทธิพลทางความคิดร้อยละ 3.92 ตามลำดับจากมากไปหาน้อย

สำนักข่าวมีการนำเสนอเนื้อหาแมลงกินได้ในเชิงบวกและเชิงลบต่อแมลงกินได้โดยไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเป็นกลาง จากการพาดหัวข่าว คำโปรยบรรยายเนื้อหาที่มีลักษณะของการร่ำอารมณ์ดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร โดยเนื้อหาที่มีความซ้ำเป็นเนื้อหาเดียวกันแต่นำเสนอข้ามแพลตฟอร์มและเนื้อหาเชิงลบมักมีต้นทางของเนื้อหาจากเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างแล้วนำมาเผยแพร่ซ้ำ ดัดแปลงและเพิ่มคำบรรยาย โดยมีรายชื่อของสำนักข่าว รายการข่าวที่พบว่ามี การนำเสนอเนื้อหาแมลงกินได้ เช่น เกษตร NEW GEN, เรื่องเล่าเช้านี้, Thai PBS, TNN Online, Kanok Product Channel, ข่าวช่อง 8, Thairath Online, Ch3HD, Ch7HD, Bangkok Bank SME, ThairathTV และอื่น ๆ รวมทั้งสิ้น 25 ราย

ผู้มีอิทธิพลทางความคิดนำเสนอเนื้อหาแมลงกินได้เชิงบวกและเชิงลบต่อแมลงกินได้โดยไม่ปรากฏการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะเป็นกลางในสองแพลตฟอร์มคือเฟซบุ๊กและยูทูบ โดยแบ่งเป็นสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาของผู้มีอิทธิพลทางความคิดในแต่ละแพลตฟอร์มได้ดังนี้ นำเสนอเนื้อหาเชิงลบในเฟซบุ๊กมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50 เนื้อหาเชิงบวกในเฟซบุ๊กและเนื้อหาเชิงลบในยูทูบร้อยละ 25 เท่ากัน เนื้อหาที่ผู้มีอิทธิพลทางความคิดนำเสนอส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาประเภทการบริโภคหรือการปรุงอาหารจากแมลงโดยจัดเป็นเนื้อหาในเชิงลบ เช่น การบริโภคแมลงแบบดิบ ๆ ในลักษณะของการกินของแปลก (Exotic food) การทำภารกิจท้าทาย (Challenge) และเนื้อหาประเภทวิดีโอแสดงปฏิกิริยา (Reaction video content) พบเนื้อหาที่แตกต่างไปจากเนื้อหาของผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดคนอื่น ๆ คือ “เรื่องจิ้งหรีดจองเวร [กรรม]” จากอาจารย์ยอดที่มีผู้ติดตามมากกว่า 6 ล้านคน ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อว่าการบริโภคจิ้งหรีดนั้นส่งผลให้ผู้บริโภคต้องรับกรรมหนักเพราะไม่ใช่สัตว์ที่ควรนำมาเป็นอาหาร โดยมีผู้ชมไปแล้วเกือบสองแสนครั้ง

เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างเป็นผู้ส่งสารกลุ่มเดียวที่มีการนำเสนอเนื้อหาแมลงกินได้ครบในทุกประเภทและมีการนำเสนอเนื้อหาเป็นกลางมากที่สุดคือการหาจับแมลงในธรรมชาติ โดยแบ่งเป็นสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาของเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างในแต่ละแพลตฟอร์มตามลำดับได้ดังนี้ เนื้อหาเป็นกลางในเฟซบุ๊กคิดเป็นร้อยละ 36.6 เนื้อหาเป็นกลางในยูทูบคิดเป็นร้อยละ 24.4 เนื้อหาเชิงลบในยูทูบคิดเป็นร้อยละ 12.2 เนื้อหาเชิงบวกและเนื้อหาเชิงลบในเฟซบุ๊ก เนื้อหาเชิงบวกในยูทูบ เนื้อหาเชิงบวกและเนื้อหาเป็นกลางในดีกติกคิดเป็นร้อยละ 4.9 ในแต่ละประเภท เนื้อหาที่พบน้อยที่สุดคือเนื้อหาเชิงลบในดีกติกคิดเป็นร้อยละ 2.4

เมื่อพิจารณาเนื้อหาที่ถูกจำแนกออกเป็น 10 ประเภทถูกนำเสนออยู่ในสื่อออนไลน์แต่ละแพลตฟอร์มโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ การตลาดและโอกาสทางธุรกิจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 25.49 รองลงมาคือการพบพยาธิในแมลงและการจับแมลงในธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 19.61 ความรู้เรื่องการผลิต การเลี้ยงแมลงคิดเป็นร้อยละ 12.75 นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ใหม่ร้อยละ 2.94 และการขายแมลงจากฟาร์มประโยชน์ของการบริโภคแมลงและการปนเปื้อนยาฆ่าแมลง ร้อยละ 1.96 รายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนประเภทของเนื้อหาแมลงกินได้ในแต่ละแพลตฟอร์ม (แบบร้อยละ)

เนื้อหา	เฟซบุ๊ก			ยูทูบ			ติ๊กต็อก			รวม
	สำนักข่าว	ผู้มีอิทธิพลทางความคิด	เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง	สำนักข่าว	ผู้มีอิทธิพลทางความคิด	เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง	สำนักข่าว	ผู้มีอิทธิพลทางความคิด	เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง	
การตลาดและโอกาสทางธุรกิจ	7.84 ^a	-	0.98 ^a	15.69 ^a	-	-	0.98 ^a	-	-	25.49
ความรู้เรื่องการผลิต การเลี้ยง	0.98 ^a	-	0.98 ^a 0.98 ^b	7.84 ^a	-	1.96 ^a	-	-	-	12.74
การขายแมลงจากฟาร์ม	-	-	1.96 ^b	-	-	-	-	-	-	1.96
ประโยชน์ของการบริโภคแมลง	-	-	-	1.96 ^a	-	-	-	-	-	1.96
วิธีการบริโภค การปรุงอาหารจากแมลง	-	0.98 ^a 0.98 ^c	1.96 ^b	1.96 ^c	0.98 ^c	1.96 ^b 0.98 ^c	-	-	0.98 ^a	11.64
ข้อมูลการแพทย์ การแพ้	-	-	0.98 ^c	0.98 ^c	-	-	-	-	-	1.96
พยาธิในแมลง	3.92 ^c	0.98 ^c	0.98 ^c	7.84 ^c	-	2.94 ^c	1.96 ^c	-	0.98 ^c	19.61
การปนเปื้อนยาฆ่าแมลง	-	-	-	0.98 ^c	-	0.98 ^c	-	-	-	1.96
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่	0.98 ^a	-	-	1.96 ^a	-	-	-	-	-	2.94
การหาจับในธรรมชาติ	-	-	9.80 ^b	-	-	7.84 ^b	-	-	1.96 ^b	19.61
รวม	13.72	2.94	18.63	39.22	0.98	16.67	2.94	0.00	4.90	100.00
	35.29			56.87			7.84			

หมายเหตุ: X^a= เนื้อหาเชิงบวก, X^b= เนื้อหาเป็นกลาง, X^c= เนื้อหาเชิงลบ

5.2 วิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารเนื้อหาแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

วิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารจากเนื้อหาตัวอย่างทั้งสามแพลตฟอร์ม จำนวน 102 ชิ้น และความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมสูงที่ตอบกลับในโพสต์จำนวน 287 ความคิดเห็น พบความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารในโพสต์คิดเป็นร้อยละ 34.31 และในความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมสูงคิดเป็นร้อยละ 78.05 จำแนกความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารออกเป็น 3 กลุ่ม 10 ประเภท พบเนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร

เรียงลำดับตามจำนวนคือ ข้อมูลที่ผิด และข้อมูลที่ถูกบิดเบือน จำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 45.71 และข้อมูลที่แฝงเจตนาร้ายคิดเป็นร้อยละ 8.57 โดยแบ่งเป็นการพบความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารของโพสต์บนยูทูป คิดเป็นร้อยละ 7.66 เฟซบุ๊ก ร้อยละ 4.21 และติ๊กต็อก ร้อยละ 1.53 ข้อมูลแสดงจำนวน (ร้อยละ) ของเนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารต่อจำนวนเนื้อหาทั้งหมด และความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมสูงที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารต่อจำนวนความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมสูงทั้งหมด ดังนำเสนอในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารเนื้อหาแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

ความผิดปกติของ ข้อมูลข่าวสาร	เฟซบุ๊ก		ยูทูป		ติ๊กต็อก		รวม
	โพสต์	ความ คิดเห็น	โพสต์	ความ คิดเห็น	โพสต์	ความ คิดเห็น	
ข้อมูลที่ผิด							
การเสียดสีและ ล้อเลียน	1 (0.98%)	48 (16.72%)	1 (0.98%)	27 (9.41%)	1 (0.98%)	7 (2.44%)	85 (32.57%)
ข้อมูลที่มีการ เชื่อมโยงผิด	2 (1.96%)	8 (2.79%)	3 (2.94%)	9 (3.14%)	-	2 (0.70%)	24 (9.19%)
เนื้อหาที่ชักนำให้ เกิดการเข้าใจผิด	2 (1.96%)	9 (3.14%)	4 (3.92%)	7 (2.44%)	2 (1.96%)	2 (0.70%)	26 (9.96%)
ข้อมูลที่ถูกบิดเบือน							
ข้อมูลที่ผิดบริบท	2 (1.96%)	8 (2.79%)	5 (9.80%)	9 (3.14%)	1 (0.98%)	-	25 (9.58%)
ข้อมูลที่มีเนื้อหา แอบอ้าง	-	-	-	-	-	-	-
เนื้อหาที่มีการ ดัดแปลง	2 (1.96%)	9 (3.14%)	3 (2.94%)	4 (1.39%)	-	1 (0.35%)	19 (7.28%)
เนื้อหาที่แต่งขึ้นมา ใหม่	1 (0.98%)	4 (1.39%)	2 (1.96%)	3 (1.04%)	-	-	10 (3.83%)
ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย							
ข้อมูลที่ละเมิด ความเป็นส่วนตัว	-	-	-	-	-	-	-
การคุกคาม	-	8 (2.79%)	-	5 (1.74%)	-	2 (0.70%)	15 (5.75%)
คำพูดที่แสดง ความเกลียดชัง	1 (0.98%)	28 (9.76%)	2 (1.96%)	18 (6.27%)	-	8 (2.79%)	57 (21.84%)
รวม	11 (4.21%)	122 (46.74%)	20 (7.66%)	82 (31.42%)	4 (1.53%)	22 (8.43%)	261 (100.00%)

หมายเหตุ ข้อมูลแสดงร้อยละเทียบกับจำนวนเนื้อหาโพสต์ทั้งหมด (102 โพสต์) ความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากทั้งหมด (287 ความคิดเห็น)

ความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากพบเนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารเรียงลำดับตามจำนวนคือ ข้อมูลที่ผิดคิดเป็นร้อยละ 52.23 ของความคิดเห็นที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย คิดเป็นร้อยละ 30.80 ข้อมูลที่ถูกบิดเบือนร้อยละ 16.96 โดยแบ่งเป็นการพบความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร ของความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากบนเฟซบุ๊กร้อยละ 46.74 จากความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากที่มีความผิดปกติ ของข้อมูลข่าวสาร ยูทูบคิดเป็นร้อยละ 31.42 และดีด็อกร้อยละ 8.43 ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดของความ ผิดปกติของข้อมูลข่าวสารดังนี้

5.2.1 ข้อมูลที่ผิด

ข้อมูลที่ผิดมีจำนวนทั้งสิ้น 16 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 45.71 ของจำนวนโพสต์เนื้อหาที่ ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร โดยพบในยูทูบ เฟซบุ๊ก และดีด็อก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ในความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากพบมากที่สุดบนเฟซบุ๊ก 65 ความเห็น ยูทูบ 43 ความเห็น และดีด็อก 9 ความเห็น รวมเป็น 117 ความเห็น คิดเป็นร้อยละ 51.77 ของความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากที่มีความผิดปกติ ของข้อมูลข่าวสาร โดยเนื้อหาที่มีข้อมูลที่ผิดโดยส่วนใหญ่เป็นการเสียดสีและล้อเลียน ส่วนที่เหลือคือข้อมูลที่มี การเชื่อมโยงผิดและเนื้อหาที่ขึ้นำให้เกิดการเข้าใจผิดในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน

การเสียดสีและล้อเลียนถูกพบในโพสต์ของผู้ส่งสารทั้งสามกลุ่มในทุกแพลตฟอร์ม ด้วยการ พาดหัวข้อ คำบรรยาย ภาพหรือคลิปวิดีโอ และพบการเสียดสีและล้อเลียนในการแสดงความคิดเห็นในทุก แพลตฟอร์ม ตัวอย่างของข้อความเนื้อหาที่มีลักษณะของการเสียดสีและล้อเลียน เช่น “แมกกี้ พริกไทยป่นต้อง มาละ” “ส่งคนไทยไป” “น้อน หลบไปอย่ามาทางนี้” โดยมีเจตนามุ่งเน้นไปที่การสร้างความตลก ขบขัน โดยเฉพาะในการแสดงความคิดเห็นมีการเลือกใช้คำแสลง คำเปรียบเทียบกับ เพื่อให้ผู้ใช้เข้ามาร่วมแสดง ความรู้สึกต่อความคิดเห็นของตน การทำให้ผู้อ่านขาดความรู้ความเข้าใจจึงทำให้การล้อเลียนเสียดสีมี คุณลักษณะถูกจัดว่าเป็นความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารด้วยเช่นกัน เนื้อหาในโพสต์และความคิดเห็นในข้อมูล ที่มีข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงผิดและเนื้อหาที่ขึ้นำให้เกิดการเข้าใจผิด มีลักษณะของข่าวพาดหัวยั่วให้คลิก ใช้ถ้อยคำ ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ สัญลักษณ์ และการพาดหัวทำให้ชวนสงสัยใคร่รู้ดึงดูดใจให้คลิกเข้าไปอ่าน ตัวอย่างของข้อความพาดหัวเนื้อหา เช่น “สายแมลงทอดเชื้คก่อน” “คำเตือน! แมลงทอด” “สธ.เตือนเปิบ แมลงทอดเสี่ยง” “อันตรายถึงตาย” โดยที่เนื้อหาภายในมีเนื้อหาที่ผิวเผิน ไม่เชื่อมโยงกับข้อเท็จจริง ขาดความ น่าเชื่อถือ ในประเด็นแตกต่างกัน เช่น การพบพยาธิในแมลง ความสะอาด สารปนเปื้อน เนื้อหาที่ขึ้นำให้เกิด การเข้าใจผิดมีลักษณะของการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความสะอาดของแมลง พยาธิในแมลง การแพ้มแมลง และ แมลงเป็นอาหารของคนจนในชนบท อาหารราคาถูก โดยลักษณะข้อความจะบอกเล่าข้อมูลกึ่งขึ้นำ เพื่อเตือน หรือตั้งคำถาม ไม่ใช่คำกระตุ้นอารมณ์ เช่น “ระวัง! การกินแมลง” “ช่วยดูหน่อยตัวอะไรออกมา?” “แบบนี้ กล้ากินหรือ” “แมลงทอดพอก่อน T_T” “อวสานแมลงทอด”

5.2.2 ข้อมูลที่ถูกบิดเบือน

ข้อมูลที่ถูกบิดเบือนมีจำนวนทั้งสิ้น 16 โพสต์ คิดเป็นร้อยละ 45.71 ของจำนวนโพสต์ เนื้อหาที่ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร โดยพบในยูทูบ เฟซบุ๊ก และดีกติก็อก เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ในความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากพบมากที่สุดในเฟซบุ๊กจำนวน 21 ความเห็น ยูทูบ 16 ความเห็น และดีกติก็อก 1 ความเห็น รวมเป็น 38 ความเห็น คิดเป็นร้อยละ 16.81 ของความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร โดยพบเนื้อหาประเภทข้อมูลที่ผิดบริบท เนื้อหาที่มีการดัดแปลง และเนื้อหาที่แต่งขึ้นมาใหม่เล็กน้อยตามลำดับ โดยไม่พบข้อมูลที่มีเนื้อหาแอบอ้าง

ข้อมูลที่ถูกบิดเบือนในแมลงกินได้เป็นประเด็นเรื่องการพบพยาธิในแมลง ความสะอาด สารปนเปื้อน การแพ้ อาหารของคนจน ราคาถูก/แพง และวิธีการบริโภคหรือการปรุงอาหาร ซึ่งล้วนเป็นเนื้อหาในเชิงลบ แต่มีความแตกต่างกันด้วยภาษาที่ใช้ในการพาดหัว เนื้อหาที่มีความตั้งใจที่จะพยายามหาข้อมูลที่มีโอกาสพบได้น้อยมากมาเสนอหรือการโพสต์ซ้ำเนื้อหาเดิมที่เคยได้รับการแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องแล้ว ข้อมูลที่ผิดบริบท เช่น การพบพยาธิในแมลง มีการนำเสนอเนื้อหาการพบพยาธิในแมลงในจังหวัดหรือตักแต่น้อยครั้ง โดยเฉพาะการสื่อสารผ่านคลิปวิดีโอที่เป็นรูปแบบสารที่สร้างความรู้สึกมีส่วนร่วมกับผู้รับสารได้มาก และเป็นเนื้อหาในเชิงลบที่ถูกนำเสนอบ่อยครั้งที่สุด ในความจริงแล้วพยาธิในแมลงนั้นจะพบได้ในแมลงที่อาศัยอยู่ในธรรมชาติซึ่งพบได้ไม่บ่อยครั้งเมื่อเทียบกับจำนวนแมลง สามารถบริโภคได้ถ้าปรุงสุกแล้วไม่มียันตรายกับมนุษย์ ส่วนแมลงที่เพาะเลี้ยงในระบบฟาร์มปิดไม่พบรายงานการพบพยาธิในแมลง อีกหนึ่งประเด็นคือ การเกิดอาการแพ้ และตัวแมลงเองนั้นมีสารพิษในตัวเอง โดยกรณีนี้เป็นเรื่องเฉพาะบุคคลของผู้บริโภคที่มีผลต่อแมลงแตกต่างกัน เช่น ผู้ที่มีโรคประจำตัวภูมิแพ้อาจจะส่งผลให้เกิดอาการแพ้ข้างเคียงอย่างรุนแรงและอันตรายถึงชีวิตได้ แมลงบางชนิดมีพิษในตัวของมันเอง เช่น แมงป่อง¹ สัตว์ที่มีพิษในตนเอง ทำให้ผู้รับประทานอาจถูกพิษของแมงป่องไปด้วยหลังจากรับประทานไปแล้วได้หากไม่ได้รับการจัดการและผ่านกรรมวิธีที่ถูกต้อง หรือดั่งน้ำมันที่มีสารพิษไม่ใช่แมลงที่นำมาบริโภค เนื้อหาเหล่านี้มีลักษณะเป็นข้อมูลที่ผิดบริบท เนื่องจากมีโอกาสเกิดขึ้นได้น้อยและเนื้อหาไม่อธิบายถึงโอกาสของการเกิดขึ้น

เนื้อหาที่พบว่าถูกนำเสนอในลักษณะข้อมูลที่ถูกบิดเบือน คือ แมลงเป็นอาหารของคนชนบท มียาฆ่าแมลงปนเปื้อน และแมลงไม่มีความคุ้มค่า เนื้อหาเหล่านี้ถูกนำเสนอในมุมมองของคนเมืองหรือคนที่ไม่บริโภคแมลงผ่านความคิดเห็น โดยแมลงถูกมองว่าเป็นอาหารของคนชนบท คนจน เนื่องจากหาได้ตามท้องถิ่นในพื้นที่การเกษตร ทุ่งนา ป่าไม้ แหล่งน้ำ ฯลฯ โดยธรรมชาติของแมลงที่มักอาศัยอยู่ตามต้นไม้ พื้นดิน ทำให้ภาพลักษณ์ของแมลงดูไม่สะอาด ไม่น่ารับประทาน เป็นอาหารทางเลือกของผู้ที่ไม่มีความสามารถซื้อเนื้อสัตว์อื่น ๆ ที่มีราคาสูงได้ และวิธีการจับแมลงที่ใช้ยาฆ่าแมลงฉีดพ่น เช่น ตักแตน โดยที่ความจริงแล้วตักแตนหรือแมลงชนิดอื่น ๆ ที่ถูกจับมาจากธรรมชาตินั้นไม่ใช้วิธีการจับโดยการฉีดพ่นสารเคมี ต้นทางของตลาดนั้นจำหน่ายแมลงสดที่มีชีวิต การจับจากธรรมชาติใช้วิธีทางกายภาพ เช่น จับด้วยมือหรือใช้แสงไฟล่อ

¹ แมงป่อง ไม่จัดอยู่ในกลุ่มแมลง

คนทั่วไปที่ไม่มีประสบการณ์จับแมลงมาเป็นอาหารมักคุ้นชินกับการกำจัดแมลงศัตรูพืชหรือแมลงที่สร้างความรำคาญ จึงคิดว่าแมลงที่ถูกจับมาบริโภคนั้นถูกจับมาโดยใช้สารเคมี ยาฆ่าแมลงที่มีอันตรายมีสารตกค้าง

เนื้อหาที่มีการดัดแปลงคือการจัดฉาก เพื่อถ่ายภาพหรือวิดีโอ โดยการหาแมลงในธรรมชาติที่มีปรสิตพยาธิขนม้าแล้วนำมาถ่ายทำโดยจับจุ่มลงไป在水里เพื่อให้ปรสิตออกมา มีความตั้งใจเพื่อนำมาถ่ายทำเนื้อหา แตกต่างกับข้อมูลที่ผิดบริบทซึ่งเป็นการถ่ายวิดีโอในธรรมชาติที่พบโดยบังเอิญ และกรณีที่น่าสนใจว่าโพสต์เนื้อหาซ้ำเมื่อเวลาผ่านไปสักระยะต่อเนื้อหาที่เคยได้รับความสนใจเป็นจำนวนมากโดยที่เนื้อหานั้นมีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารแล้วมีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อแก้ไขแล้ว แสดงให้เห็นถึงเจตนาในการนำเสนอ ส่วนเนื้อหาที่แต่งขึ้นมาใหม่ที่พบคือการคาดเดาเชื่อมโยงการบริโภคแมลงกับโรคอุบัติใหม่ คล้ายกับการเกิดโรคโควิด 19 จากการนำค้างคาวมาบริโภค ไม่พบข้อมูลที่มีเนื้อหาแอบอ้างทั้งในโพสต์และการแสดงความคิดเห็น เนื้อหาประเภทการแสดงกินอาหารแปลก เช่น การบริโภคแมลงที่ไม่ควรนำมาเป็นอาหารอย่างแมลงสาบ หรือวิธีการบริโภคที่ไม่ได้เป็นวิธีการปรุงหรือบริโภคโดยปกติ เช่น การบริโภคแมลงสดทั้งเป็น เนื้อหาเหล่านี้ส่วนใหญ่ถูกจัดฉากขึ้นเพื่อการแสดงดึงดูดความสนใจของผู้ชม บางเนื้อหาให้ผู้แสดงความรู้สึกมากกว่า 100,000 ครั้ง และมีการแสดงความคิดเห็นมากกว่า 700 ความเห็น

5.2.3 ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย

ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้ายคิดเป็นร้อยละ 8.57 ของจำนวนโพสต์เนื้อหาที่ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร โดยพบในยูทูบ เฟซบุ๊ก ไม่พบในดีด็อก ส่วนในความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากพบมากที่สุดในเฟซบุ๊ก ยูทูบ และดีด็อกตามลำดับ รวมคิดเป็นร้อยละ 30.53 ของความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร ประเภทของข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย ได้แก่ คำพูดที่แสดงความเกลียดชังโดยส่วนใหญ่ การคุกคามบางส่วน และไม่พบข้อมูลที่ละเมิดความเป็นส่วนตัว

คำพูดที่แสดงความเกลียดชัง มีความคล้ายคลึงกับการเสียตีสื่อและล้อเลียน แต่ใช้ถ้อยคำที่รุนแรง จนทำให้ตีความหมายไปในการแสดงออกถึงความเกลียดชัง ถูกเหยียดหยาม ตัวอย่างของคำพูดที่แสดงออกถึงความเกลียดชัง ได้แก่ “ขยันหาทำกันจริง ๆ นะสาต” “กูยอมอดตาย แดกหมาดีกว่า” “ขยะแขยงน่ารังเกียจทั้งแมลงทั้งคนกิน” “อ้วกจะพุ่ง” ส่วนการคุกคามคือการใช้ถ้อยคำที่ระบุถึงกลุ่มบุคคลแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น “ลาว” “อีสานอีกแล้ว” “มึงเปลี่ยนมากินปลาบ้างก็ได้วะ” “ทายาทอสูร ! สาวใจถึง โห้วกิน” “ตะขาบทอด” เมนูเปิบพิสดารเยาวราช”



ภาพที่ 1 ตัวอย่างเนื้อหาภาพและคำบรรยายที่แสดงถึงความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร

ภาพที่ 1 ตัวอย่างเนื้อหาภาพและคำบรรยายที่แสดงถึงความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร การพบพยาธิในแมลง ซ้าย - ภาพจากเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง เขียนคำบรรยายภาพว่า “ดูไว้นะคะคนที่ชอบทานแมลงทอด บังเอิญเห็นยิบจิ้งหรีดตาย แล้วสิ่งที่ออกมาจากท้องมันคือ พยาธิค่ะ ยาวมากเลย #คลิปสาระ #จิ้งหรีด #แมลงทอด #ขยะแขยง #พยาธิในจิ้งหรีด #เปิดการมองเห็น Animal Planet” ขวา - ภาพจากเพจหรือสำนักข่าว ซึ่งนำเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างมาผลิตซ้ำ จากภาพจิ้งหรีดในธรรมชาติที่มีพยาธิถูกจับนำมาใส่ในอ่างน้ำให้พยาธิออกมาเพื่อถ่ายภาพและคลิปวิดีโอ เขียนคำบรรยายภาพว่า “ชนลูก! ใครชอบกินแมลงทอดต้องดู...ตัวอะไรไม่รู้อยู่ในตักแตน”

6. สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษาได้ว่าสำนักข่าว คือผู้ส่งสารที่มีการเผยแพร่เนื้อหามากที่สุด โดยใช้แพลตฟอร์มยูทูปและเฟซบุ๊ก เนื้อหาที่พบมากที่สุดคือเนื้อหาในเชิงบวก เนื้อหาเชิงลบ และเนื้อหาเป็นกลางตามลำดับ เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างเป็นผู้ส่งสารกลุ่มเดียวที่มีการนำเสนอเนื้อหาประเภทเป็นกลาง สำนักข่าวและผู้มีอิทธิพลทางความคิดมีการนำเสนอเนื้อหาในเชิงบวกและเชิงลบโดยใช้คำพาดหัว คำโปรย ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว และการแสดงออกทางอวัจนภาษาเพื่อเร้าอารมณ์และสร้างแรงดึงดูดใจต่อผู้รับสาร เนื้อหาประเภทการตลาดและโอกาสทางธุรกิจเป็นเนื้อหาที่ถูกนำเสนอมากที่สุดโดยถูกนำเสนอในเชิงบวก เนื้อหาประเภทการพบพยาธิในแมลงเป็นเนื้อหาที่ถูกนำเสนอรองลงมาเป็นอันดับสองโดยถูกนำเสนอในเชิงลบ และเนื้อหาประเภทวิธีการบริโภค การปรุงอาหารจากแมลงเป็นเนื้อหาที่ถูกนำเสนอทั้งในเชิงบวก เป็นกลาง และเชิงลบ แม้ว่าเนื้อหาในเชิงบวกจะมีจำนวนมากกว่าเนื้อหาในเชิงลบ แต่เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมของผู้รับสารพบว่าผู้รับสารมีส่วนร่วมทั้งกับเนื้อหาในเชิงลบด้วยการแสดงความรู้สึก แสดงความคิดเห็น และจำนวนผู้ชม มากกว่าเนื้อหาในเชิงบวกหลายเท่าตัว พบเนื้อหาที่เหมือนกันข้ามแพลตฟอร์มของสำนักข่าว และข่าวในเชิงลบที่ถูกนำเสนอโดยสำนักข่าวนั้นมีต้นทางที่มาจากเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง

ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารเนื้อหาแมลงกินได้ปรากฏอยู่ในเนื้อหาเชิงลบ บนแพลตฟอร์มยูทูป จำนวนใกล้เคียงกับเฟซบุ๊ก ส่วนดีก็ตอกมีจำนวนน้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัด โดยพบข้อมูลที่ถูกบิดเบือนมากที่สุด ส่วนความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากนั้นพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่ผิด ประเภทการเสียดสีล้อเลียน และข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย ประเภทคำพูดที่แสดงความเกลียดชังมากกว่าประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัด พบความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากกระจายอยู่ทั้งในเนื้อหาเชิงบวก เป็นกลางและเชิงลบ เฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มที่มีความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากจำนวนมากที่สุด

7. อภิปรายผล

7.1 เนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

การศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับแพลตฟอร์มกล่าวคือสัดส่วนของผู้ส่งสารในแพลตฟอร์มไม่มีความแตกต่างกัน โดยสำนักข่าวคือผู้ส่งสารที่มีการนำเสนอเนื้อหามากที่สุด รองลงมาคือเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างและผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าสำนักข่าวมีความสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าถึงเนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ โดยมีเนื้อหาเชิงบวกจำนวนมากว่าเนื้อหาเชิงลบ เนื้อหาประเภทโอกาสทางธุรกิจและการเพาะเลี้ยงผลิตแมลงโดยเฉพาะจิ้งหรีดถูกนำเสนอในเชิงบวกสอดคล้องกับการศึกษาในออสเตรเลียที่รัฐบาลตื่นตัวต่อการทำแผนแม่บทเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างนักวิจัยภาคอุตสาหกรรมเพื่อเป็นผู้นำระดับโลกในตลาดแมลงที่กินได้ (Ponce-Reyes & Lessard, 2021) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเนื้อหาเชิงลบแม้ว่าจะมีจำนวนน้อยกว่าแต่มีจำนวนผู้ชมสูงกว่าเนื้อหาเชิงบวก เนื่องจากเป็นเนื้อหาที่มีลักษณะเร้าอารมณ์โดยเฉพาะเนื้อหาในเชิงลบจะถูกส่งต่อและสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับสารได้มากกว่าเนื้อหาที่เป็นกลาง (Kagan, 2014) สำนักข่าวจึงใช้คำพาดหัวข้อข่าวชี้นำเนื้อหาในเชิงลบ โดยนำเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างและผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดมานำเสนอต่อในลักษณะของการนำเสนอซ้ำ (Repost) และผลิตซ้ำ (Reproduction) ให้มีลักษณะของการเร้าอารมณ์ชี้นำมากขึ้น เมื่อเผยแพร่ออกไปจากสำนักข่าวที่มีผู้ติดตามจำนวนมากทำให้เนื้อหาเชิงลบส่งถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก สำนักข่าวเลือกเฉพาะเนื้อหาในเชิงลบจากเนื้อหาที่เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างสร้างขึ้นมาทำซ้ำและเผยแพร่ต่อ เนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่เป็นกลางแต่ไม่ถูกสำนักข่าวเลือกไปนำเสนอต่อเพราะไม่ดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร สำนักข่าวที่ควรมีนายทวารประตูข่าวสารมีอาชีพกลับมาเนื้อหาในเชิงลบจากเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างมานำเสนอใหม่ขยายความในเชิงลบให้เพิ่มขึ้นเสียเองแทนที่จะช่วยหาคำตอบที่ถูกต้องให้กับสังคม แสดงให้เห็นว่าสำนักข่าวมีความตั้งใจเลือกเฉพาะเนื้อหาที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารมาผลิตซ้ำและเผยแพร่ต่อเพื่อเพิ่มจำนวนผู้รับสาร และไม่สร้างเนื้อหาเหล่านั้นเองเพราะจะเข้าข่ายความผิดในการตั้งใจผลิตเนื้อหาเท็จขึ้น แม้ในบางเนื้อหาจะมีผู้แสดงความเห็นที่ถูกต้องแล้ว สำนักข่าวยังคงนำเสนอซ้ำเนื้อหาของตนเองที่เคยมีผู้รับสารให้ความสนใจจำนวนมาก และการนำภาพคลิปวิดีโอจากเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างมาผลิตซ้ำ ใส่ข้อความ โลกโหล่งไปโดยเขียนขอบคลุมที่มาของเนื้อหาหากไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นเข้าข่ายความผิดละเมิดลิขสิทธิ์อีกด้วย ผู้ส่งสารทั้งสามประเภทต่างใช้

กันและกันเป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความรู้จกต่อผู้รับสารมากขึ้น สำนักข่าวได้เนื้อหาจากผู้มีอิทธิพลทางความคิด และเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างไปโดยไม่ต้องลงทุนผลิตเนื้อหาเอง ขณะเดียวกันผู้มีอิทธิพลทางความคิดและเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างต่างต้องการให้สำนักข่าวที่มีผู้รับสารจำนวนมากนำเนื้อหาของตนเองไปเผยแพร่ต่อ เพื่อให้ผู้รับสารรู้จักตนเองมากขึ้นส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนผู้ติดตามและจำนวนผู้ชมเนื้อหาของตน ผู้ส่งสารทั้งสามประเภทนำเสนอข่าวเชิงลบเพื่อต้องการจำนวนการรับชม โดยพิจารณาได้จากเนื้อหาเชิงลบที่ได้รับการแก้ไขข้อมูลให้ถูกต้องแล้วแต่ยังคงถูกนำกลับมาผลิตซ้ำและไม่พบการนำเสนอข้อมูลในลักษณะของการหาคำตอบเพื่อสร้างการเรียนรู้ที่ถูกต้อง ซึ่งการรับรู้เนื้อหาเชิงลบที่รุนแรงเกี่ยวกับแมลงกินได้ในด้านภาพลักษณ์ รูปร่างและที่มาสร้างผลกระทบต่อการเปิดรับของผู้รับสาร (Baker, Shin & Kim, 2016) และเป็นอุปสรรคสำคัญในการสร้างการยอมรับการบริโภคแมลงกินได้

เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาต้นน้ำของอุตสาหกรรมแมลงกินได้ แต่เนื้อหาเหล่านี้อาจไม่ได้ช่วยให้เกิดการยอมรับของผู้บริโภคมากขึ้นโดยเฉพาะผู้บริโภคชายใหม่ มีเนื้อหาเชิงบวกที่เกี่ยวกับการให้ความรู้คุณประโยชน์ของการบริโภคแมลงกินได้ต่อผู้บริโภคจำนวนน้อย เช่น เรื่องประโยชน์และคุณค่าทางอาหารความปลอดภัย นวัตกรรม ความยั่งยืนหรือกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเนื้อหาเชิงบวกและการตลาดจะส่งผลทำให้คนยอมรับการกินแมลงมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์อาหารจากแมลงกินได้ (Sogari, Liu & Li, 2019) จำนวนเนื้อหาและความถูกต้องของเนื้อหาแมลงกินได้ในสื่อชี้ให้เห็นถึงการเพิ่มพูนความรู้ของสาธารณชนและความตระหนักเกี่ยวกับแมลงกินได้ว่าเป็นวิธีแก้ปัญหาความมั่นคงทางอาหาร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยจึงควรพิจารณาวางแผนกลยุทธ์การสื่อสารเรื่องแมลงกินได้ในส่วนของอุตสาหกรรมปลายน้ำที่มีผลต่อยอมรับของผู้บริโภคให้มีจำนวนและความต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น (Verneau et al., 2016) รวมถึงเนื้อหาที่ช่วยแก้ไขความเข้าใจผิดและส่งผลเสียต่อการส่งเสริมการบริโภคแมลงกินได้ด้วย ในส่วนเนื้อหาประเภทวิธีการบริโภค การปรุงอาหารจากแมลง ซึ่งเป็นเนื้อหาที่สามารถนำเสนอได้ทั้งเชิงบวก เป็นกลาง และเชิงลบนั้น มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการบริโภคแมลงกินได้ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ การนำเสนอภาพการบริโภคแมลงทั้งตัวโดยที่ยังไม่ได้แปรรูป เช่น แมลงทอด แม้จะได้รับความนิยมในประเทศไทย แต่สำหรับผู้บริโภคชายใหม่ คนเมือง หรือคนในทวีปยุโรป ภาพเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคต่อการเปิดรับการบริโภค ภาพถ่ายในระยะใกล้ที่มองเห็นอวัยวะของแมลงอย่างชัดเจนจึงควรหลีกเลี่ยง

แพลตฟอร์มที่พบเนื้อหามากที่สุดคือยูทูบ ส่วนเฟซบุ๊ก นอกจากจะมีเนื้อหาในแพลตฟอร์มของตัวเองแล้วยังมีลักษณะพิเศษคือการเป็นตัวกลางเผยแพร่เนื้อหาข้ามแพลตฟอร์มมาจากยูทูบและติดต่อกันด้วย โดยที่เนื้อหาจากเฟซบุ๊กจะไม่ถูกนำเสนอข้ามไปยังแพลตฟอร์มอื่น นอกจากนี้ เฟซบุ๊กยังมีการแสดงความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากกว่าแพลตฟอร์มอื่นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนผู้ใช้สื่อออนไลน์ในประเทศไทยที่พบว่าเฟซบุ๊กยังคงมีจำนวนผู้ใช้งานมากที่สุด (Kemp, 2024) ดังนั้น หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ต้องการนำเสนอเนื้อหาแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์ควรบูรณาการรูปแบบเนื้อหาที่สามารถเผยแพร่ข้ามแพลตฟอร์ม โดยเนื้อหาที่มีคลิปวิดีโอและภาพถ่ายมักเป็นได้รับความสนใจจากผู้รับสาร

7.2 ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารของเนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในสื่อออนไลน์

จากผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารทั้งหมดเป็นเนื้อหาในเชิงลบ โดยพบว่าเป็นข้อมูลที่ถูกบิดเบือนมากที่สุด ประเภทข้อมูลที่ผิดบริบทและเนื้อหาที่มีการดัดแปลง โดยมีที่มาจากต้นทางจากเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้าง ซึ่งมีส่วนสำคัญในการเผยแพร่เนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารบนสื่อสังคมออนไลน์ (Taddeo, de-Frutos-Torres & Alvarado, 2022) เพราะต้องการให้มีผู้ชมจำนวนมากสนใจเพื่อผลประโยชน์บางอย่างหรือย้อนกลับมาเป็นรายได้ ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารจึงมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (Muhammed & Mathew, 2022) ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าการใช้งานสื่อออนไลน์ง่ายต่อการบิดเบือนข้อมูล และส่งผลกระทบต่อผู้คนในวงกว้างและมีจำนวนมากขึ้น

เนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ที่พบในการศึกษานี้มีสัดส่วนของเนื้อหาเชิงบวกกับเชิงลบใกล้เคียงกัน มีความแตกต่างกับการศึกษาในประเทศเนเธอร์แลนด์ที่มีความสนใจเรื่องแมลงกินได้ซึ่งมีทิศทางในการนำเสนอเนื้อหาเชิงบวกที่สูงกว่าร้อยละ 90 (Marberg, van Kranenburg & Korzilius, 2017) ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารปรากฏในเนื้อหาเชิงลบ จึงกล่าวได้ว่าเนื้อหาแมลงกินได้ในประเทศไทยมีความความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารปะปนกับเนื้อหาที่มีความถูกต้องในสัดส่วนพอกัน โดยมีสำนักข่าวเป็นผู้ส่งสารนำเสนอเนื้อหาความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารให้แพร่กระจายไปได้มากขึ้น นำเสนอซ้ำในเนื้อหาเดิมโดยใช้คำพาดหัวในลักษณะของเนื้อหาแบบ “ชุดบ่อล่อปลา” เพื่อให้ผู้รับสารมาร่วมแสดงความคิดเห็น แล้วสำนักข่าวจะเลือกเอาความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากมานำเสนอซ้ำในลักษณะของ “ความเห็นชาวเน็ต” อีกครั้ง เมื่อพิจารณาความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมาก พบว่ามีความเห็นในเชิงบวกอยู่ในเนื้อหาเชิงบวกและในเนื้อหาเชิงลบบ้าง โดยผู้รับสารแสดงความคิดเห็นชื่นชมหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ส่วนความคิดเห็นในเชิงลบนั้นพบได้ในเนื้อหาทุกประเภทแม้แต่ในเนื้อหาเชิงบวก พบการเสียดสีและล้อเลียนที่มีลักษณะนำไปสู่ความตลกขบขัน แต่เมื่อมีการใช้ถ้อยคำที่รุนแรง หยาดคายขึ้น ความคิดเห็นบางส่วนจึงมีลักษณะเป็นคำพูดที่แสดงความเกลียดชังหรือการคุกคามเนื้อหาข้อความเหล่านี้ถูกแสดงออกมาโดยไม่มีการควบคุม เช่น การปิดบังซ่อนความเห็นหรือลบจากเจ้าของเนื้อหาหรือหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบใด ๆ รวมทั้งแพลตฟอร์มที่ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการควบคุมดูแลแต่ยากต่อการควบคุมดูแลเนื่องจากคำแสดง ที่มีความตั้งใจในการเขียนเพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจจับ ปัจจุบันเฟซบุ๊กและดีด็อกได้เพิ่มหัวข้อในการรายงานเนื้อหาที่มีพฤติกรรมกระทำความผิดที่ผิดปกติ เนื่องจากเนื้อหาประเภทการบริโภคอาหารที่ผิดปกตินี้มีจำนวนเพิ่มขึ้น ในขณะที่สำนักข่าวไม่ทำหน้าที่ในการหาคำตอบที่ถูกต้องให้กับสังคมต่อเนื้อหาเชิงลบที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร แต่กลับมีการทำงานในลักษณะของการ “จัดเวที” ให้ผู้รับสารมาปะทะกันเพื่อเพิ่มจำนวนการมีส่วนร่วมต่อเนื้อหาของตนเองให้สูงขึ้น จากการกระทำดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงเจตนาในการนำเสนอมากกว่าที่จะเป็นการกระโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์หรือสำคัญผิดในข้อมูล

ความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมมากนำเสนอข้อมูลที่ผิดด้วยการเสียดสีและล้อเลียน ข้อมูลที่มีการเชื่อมโยงผิด และเนื้อหาที่ขึ้นทำให้เกิดการเข้าใจผิด ผู้แสดงความคิดเห็นพยายามสร้างสรรค์ข้อความเพื่อต้องการให้ความคิดเห็นของตนเป็นความคิดเห็นที่มีส่วนร่วมสูงสุดและเป็นที่ยอมรับ Udupa et al. (2020) อธิบายว่าสิ่งนี้คือกระบวนการสื่อสารแบบใหม่ที่เรียกว่า “พายุแห่งความหายนะ” (The Shitstorm) หรือการปั่นป่วนสร้างความวุ่นวาย ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ได้กระตุ้นและอำนวยความสะดวกให้แสดงความคิดเห็นที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความเกลียดชังและความก้าวร้าวโดยอาศัยอยู่ในบทบาทของ “ผู้ใช้งานทั่วไป” (Ordinary Users) เผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือน โดยเรียกกลุ่มคนเหล่านี้ว่า “นักบิดเบือนข้อมูล” (Disinformation Innovators) หรือ “เกรียนคีย์บอร์ด” (Naggers และ Trolls) พวกเขาต้องการแค่ทำให้เกิดความโกลาหล สับสน วุ่นวาย เป็นที่สนใจ และมีผู้ใช้งานคนอื่นมาร่วมในการปลดปล่อยความโกรธ ความเกลียดชังด้วย หรือที่เรียกว่า “ทัวร์ลง” การบิดเบือนข้อมูลทำให้เกิดความสับสนและมีผลกระทบต่อการแสดงออกของผู้ใช้งานอื่น ๆ เพราะไม่รู้สึกลบลดภัยที่จะแสดงความคิดเห็น จึงนิ่งเงียบ และไม่มีความมั่นใจซึ่งเกิดจากข้อมูลรอบข้าง แล้วถอนตัวออกจากการอภิปรายต่อเนื้อหา (Association for Progressive Communications, 2021) ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารกัดเซาะความน่าไว้วางใจ แม้ว่าแพลตฟอร์มจะใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ตรวจสอบข้อมูลที่ผิดพลาด แต่ยากที่จะตรวจจับประทุษวาจาหรือคำพูดที่แสดงความเกลียดชังเพราะมีคำสแลง คำเสียดสี ที่ลื่นไหลไปตามกระแสนิยม (Yang & Luttrell, 2022)

จากการแสดงความคิดเห็นมีคนจำนวนหนึ่งที่ยังคงมีความเชื่อว่าแมลงไม่ใช่อาหารของมนุษย์ เนื่องจากอคติทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Kim et al., 2019; Looy, Dunkel & Wood, 2013; Brunner & Nuttavuthisit, 2019) แมลงกินได้ถูกมองว่าไม่อร่อยและน่าขยะแขยง แต่ถือว่าทันสมัย มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ปลอดภัย และเป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อม โดยคุณลักษณะสำคัญที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาการยอมรับการบริโภคคือ รูปลักษณ์ ราคา บรรจุภัณฑ์และรสชาติ (Junges, do Canto & de Barcellos, 2021) และการรับรองโดยบุคคลมีชื่อเสียง (Celebrity) ไม่มีส่วนในการสนับสนุนประสบการณ์และความพึงพอใจในการบริโภคแมลงกินได้ (Legendre & Baker, 2021) ดังนั้น การสื่อสารเพื่อสร้างการยอมรับแมลงกินได้ให้กับผู้บริโภครายใหม่จึงควรให้ความสำคัญต่อเนื้อหาในส่วนปลายน้ำของธุรกิจ โดยอาจเริ่มต้นด้วยการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการบริโภคแมลงในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Ayieko et al., 2021) ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารเรื่องแมลงกินได้เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยอมรับและเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งกระทบต่ออุตสาหกรรม การตลาด (Di Domenico et al., 2021) และชื่อเสียงขององค์กร (Rodríguez-Fernández, 2019) ซึ่งสิ่งนี้เป็นกุญแจสำคัญในการเปิดรับการบริโภคแมลง จึงต้องสร้างความมั่นใจด้วยการเผยแพร่งานวิจัยที่น่าเชื่อถือ (Dicke et al., 2020) ซึ่งสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค โดยสถาบันหรือหน่วยงานเกี่ยวข้องที่มีความน่าเชื่อถือ และรูปแบบเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ผู้รับสารหากมีความสงสัยในเนื้อหาว่ามีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารควรตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่งที่มา

เพื่อย้ายข้อมูล และหากพบว่าเนื้อหาเหล่านั้นมีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารควรรายงานให้แพลตฟอร์มทราบ

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำการวิจัยนี้ไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาเรื่องแมลงกินได้ในเชิงลบและความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารซึ่งส่งผลต่อการส่งเสริมให้เกิดการยอมรับในการบริโภคแมลงกินได้ ผู้เกี่ยวข้องที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร แพทย์ นักวิทยาศาสตร์ด้านอาหารและนักกีฏวิทยาควรผลิตเนื้อหาที่มีความถูกต้องเผยแพร่ออกสู่สาธารณะมากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาเรื่องพยาธิชนม้ามในแมลง สารเคมี และอาการแพ้ โดยทำงานร่วมกับสื่อมวลชนซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการช่วยเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว หากพบเนื้อหาที่มีลักษณะของการนำเข้าสู่ข้อมูลอันเป็นเท็จควรมีการรายงานต่อแพลตฟอร์ม บังคับใช้กฎหมายควบคุมโดยเฉพาะข้อมูลที่ถูกบิดเบือนและข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย (Kandel, 2020)

สำนักข่าวควรทบทวนการทำงานของตนเองและปรับปรุงการทำงานในฐานะสื่อสารมวลชนที่ดีไม่เป็นผู้ผลิตและเผยแพร่เนื้อหาที่มีความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร สภาการสื่อมวลชนแห่งชาติที่มีหน้าที่กำกับดูแลจริยธรรมสื่อต้องจริงจังในการใช้ข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพสื่อมวลชนในการควบคุมการทำงานของสื่อ หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการแมลงกินได้ควรผลิตเนื้อหาในเชิงรุก เช่น ข้อมูลทางด้านโภชนาการ นวัตกรรมอาหารจากแมลงกินได้ เพื่อส่งเสริมการบริโภคแมลงกินได้และบุกเบิกตลาดใหม่

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

หากมีการศึกษาในโอกาสหน้าพิจารณาการรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างไปจากการวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากมีเนื้อหาบางส่วนที่เกี่ยวข้องแต่ไม่ได้ถูกคัดเลือกมาศึกษา เพราะเนื้อหาเหล่านั้นไม่ได้ใส่คำสำคัญที่เกี่ยวข้องไว้ บางเนื้อหาที่มีความตั้งใจในการตั้งชื่อหรือพาดหัวเพื่อหลีกเลียงคำที่มีความหมายโดยตรงกับคำค้นหา ตัวอย่างเช่น เนื้อหาประเภทวิดีโอแสดงปฏิกิริยาที่น่าคลิพวิดีโอจากแหล่งอื่นมาเปิดในคลิปของตัวเอง พร้อมทั้งแสดงความคิดหรือแสดงปฏิกิริยาท่าทางต่อเนื้อหา ซึ่งเป็นการสื่อสารในแบบอวัจนภาษา หรือเพิ่มวิธีการรวบรวมข้อมูล เช่น การใช้เทคนิคเสียงจากภาพ (Photovoice technique) เก็บข้อมูล (Dougherty, et.al, 2018) ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อค้นพบใหม่ ๆ ในมิติที่มีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรม หรือสาเหตุของการไม่เปิดรับ อันจะนำไปสู่การสร้างประโยชน์ต่อการออกแบบเนื้อหาให้มีความเหมาะสมกับแต่ละกลุ่มเป้าหมาย

9. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (KURDI) ที่สนับสนุนงบประมาณบทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัยย่อยที่ 3 การพัฒนานวัตกรรมโมเดลธุรกิจผลิตภัณฑ์จากจิ้งหรีด ทุนอุดหนุนวิจัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564-2565 (รหัสโครงการ

FF(KU) 7.64) ขอขอบคุณ ผศ. ดร.ชามา อินซอน ภาควิชาภูมิวิทยา คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ผศ.ดร.มานา ปัจฉิมนันท์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คณะผู้ร่วมโครงการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- Abdullahi, N., Igwe, E. C., Dandago, M. A., & Yunusa, A. K. (2021). Consumption of edible-insects: the challenges and the prospects. **Food ScienTech Journal**, 3(1), 1. <https://doi.org/10.33512/fsj.v3i1.10468>
- Association for Progressive Communications. (2021). **Disinformation and freedom of expression**. Switzerland: Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights.
- Ayieko, I. A., Onyango, M., Ngadze, R. T., & Ayieko, M. A. (2021). Edible insects as new food frontier in the hospitality industry. **Frontiers in Sustainable Food Systems**, 5, 693990. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2021.693990>
- Bai, Y., Yao, Z., & Dou, Y.-F. (2015). Effect of social commerce factors on user purchase behavior: An empirical investigation from renren.com. **International Journal of Information Management**, 35(5), 538–550. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.011>
- Baker, M. A., Shin, J. T., & Kim, Y. W. (2016). An exploration and investigation of edible insect consumption: The impacts of image and description on risk perceptions and purchase intent. **Psychology & Marketing**, 33(2), 94–112. <https://doi.org/10.1002/mar.20847>
- Brunner, T. A., & Nuttavuthisit, K. (2019). A consumer-oriented segmentation study on edible insects in Switzerland and Thailand. **British Food Journal**, 122(2), 482–488. <https://doi.org/10.1108/bfj-08-2018-0526>
- Dataxet. (2024). **Thailand media landscape 2024**. Retrieved from Thailand Media Landscape website: <https://www.dataxet.co/media-landscape/2024-th>
- Dicke, M., Eilenberg J., Salles J.F., Jensen A.B., Lecocq A., Pijlman G.P., van Loon J.J.A. and van Oers M.M. (2020). Edible insects unlikely to contribute to transmission of coronavirus SARS-CoV-2. **Journal of Insects as Food and Feed**, 6(4), 333–339. <https://doi.org/10.3920/jiff2020.0039>
- Domenico, G. D., Sit, J., Ishizaka, A., & Nunan, D. (2021). Fake news, social media and marketing: A systematic review. **Journal of Business Research**, 124(1), 329–341. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.11.037>
- Dougherty, D. S., Schraedley, M. A., Gist-Mackey, A. N., & Wickert, J. (2018). A Photovoice study of food (in)security, unemployment, and the discursive-material dialectic. **Communication Monographs**, 85(4), 443–466. <https://doi.org/10.1080/03637751.2018.1500700>
- Duffus, N. E., Christie, C. R., & Morimoto, J. (2021). Insect cultural services: How insects have changed our lives and how can we do better for them. **Insects**, 12(5), 377. <https://doi.org/10.3390/insects12050377>
- Food And Agriculture Organization Of The United Nations. (2013). **Edible insects: Future prospects for food and feed security**. Rome, Italy: Food And Agriculture Organization Of The United Nations, Beaconsfield, Quebec.

- Halloran, A., Flore, R., Vantomme, P., & Roos, N. (Eds.). (2018). **Edible insects in sustainable food systems**. Cham: Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-74011-9>
- Jenkins, H. (2006). **Convergence culture: Where old and new media collide**. New York: New York University Press.
- Junges, J. R., do Canto, N. R., & de Barcellos, M. D. (2021). Not as bad as i thought: Consumers' positive attitudes toward innovative insect-based foods. **Frontiers in Nutrition**, 8, 631934. <https://doi.org/10.3389/fnut.2021.631934>
- Kagan, N. (2014). **How to create viral content: 10 insights from 100 million articles - Noah Kagan**. Retrieved from <https://noahkagan.com/why-content-goes-viral-what-analyzing-100-millions-articles-taught-us/?hvid=41eiUq>
- Kandel, N. (2020). Information disorder syndrome and its management. **Journal of Nepal Medical Association**, 58(224), 280–285. <https://doi.org/10.31729/jnma.4968>
- Kauppi, S.-M., Pettersen, I. N., & Boks, C. (2019). Consumer acceptance of edible insects and design interventions as adoption strategy. **International Journal of Food Design**, 4(1), 39–62. https://doi.org/10.1386/ijfd.4.1.39_1
- Kemp, S. (2024). **Digital 2024: Thailand**. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-thailand>
- Krippendorff, K. (2018). **Content analysis: An introduction to its methodology** (4th ed.). Los Angeles, Calif. Etc.: Sage.
- Legendre, T. S., & Baker, M. A. (2021). The gateway bug to edible insect consumption: interactions between message framing, celebrity endorsement and online social support. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 33(5), 1810–1829. <https://doi.org/10.1108/ijchm-08-2020-0855>
- Looy, H., Dunkel, F. V., & Wood, J. R. (2013). How then shall we eat? Insect-eating attitudes and sustainable foodways. **Agriculture and Human Values**, 31(1), 131–141. <https://doi.org/10.1007/s10460-013-9450-x>
- Marberg, A., van Kranenburg, H., & Korzilius, H. (2017). The big bug: The legitimization of the edible insect sector in the Netherlands. **Food Policy**, 71, 111–123. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2017.07.008>
- Muhammed , S. T., & Mathew, S. K. (2022). The disaster of misinformation: A review of research in social media. **International Journal of Data Science and Analytics**, 13(4), 271–285. <https://doi.org/10.1007/s41060-022-00311-6>
- Nadeem, W., Andreini, D., Salo, J., & Laukkanen, T. (2015). Engaging consumers online through websites and social media: A gender study of Italian Generation Y clothing consumers. **International Journal of Information Management**, 35(4), 432–442. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.04.008>
- Patchimnan, M., Phankaew, B., & Inson, C. (2022). Integrated marketing communication exposure, attitude, decision-making process and purchasing behavior. **International Academy of Global Business and Trade**, 18(4), 169–181. <https://doi.org/10.20294/jgbt.2022.18.4.169>

- Ponce-Reyes, R. & Lessard B.D. (2021). **Edible Insects - A roadmap for the strategic growth of an emerging Australian industry**. Canberra: CSIRO.
- Rodríguez-Fernández, L. (2019). Disinformation and organisational communication: A study of the impact of fake news. **Revista Latina de Comunicación Social**, 74, 1714–1728. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2019-1406en>
- Schraedley, M.K., Bean H., Dempsey S.E., Dutta M.J., Hunt K.P., ORCID Icon, Ivancic S.R., LeGreco M., Okamoto K. & Sellnow T. (2020). Food (in)security communication: a Journal of Applied Communication Research forum addressing current challenges and future possibilities. **Journal of Applied Communication Research**, 48(2), 166–185. <https://doi.org/10.1080/00909882.2020.1735648>
- Sogari, G., Liu, A., & Li, J. (2019). Understanding edible insects as food in western and eastern societies. **Environmental, Health, and Business Opportunities in the New Meat Alternatives Market**, 166–181. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7350-0.ch009>
- Sotanasathien, S. (2012). **Principles and theories of social science research**. (In Thai). Bangkok. Rabieng-Thong Printing.
- Stockholm Environment Institute. (2020). **SEI Annual Report 2019**. Stockholm: SEI.
- Taddeo, G., de-Frutos-Torres, B., & Alvarado, M.-C. (2022). Creators and spectators facing online information disorder. Effects of digital content production on information skills. **Comunicar**, 30(72). <https://doi.org/10.3916/c72-2022-01>
- Verneau, F., La Barbera, F., Kolle, S., Amato, M., Del Giudice, T., & Grunert, K. (2016). The effect of communication and implicit associations on consuming insects: An experiment in Denmark and Italy. **Appetite**, 106, 30–36. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.02.006>
- Yang, J., & Luttrell, R. (2022). Digital misinformation & disinformation: The global war of words. **The Emerald Handbook of Computer-Mediated Communication and Social Media**, 511–529. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-597-420221030>