

การรู้เท่าทันข่าวลวงในสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นและ  
กลุ่มผู้สูงอายุ ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

Fake News Literacy in Social Media Among Teenagers and  
Seniors In Chiang Rai Province

คมสัน รัตนะสิมากุล<sup>1</sup> , อัญมณี ภัคติมवलชน<sup>2</sup> และ กฤต โทธนายานนท์<sup>3</sup>  
Komsan Rattanasimakul<sup>1</sup> , Anyamanee Pakdeemualchon<sup>2</sup> and  
Krit Tothanayanon<sup>3</sup>

โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100<sup>1</sup>

Communication Arts Program (New Media Communication), Faculty of Management Science,

Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai 57100 Thailand<sup>1</sup>

สาขานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ 50200<sup>2</sup>

Communication Arts, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University,

Chiang Mai 50200 Thailand<sup>2</sup>

โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ (การสื่อสารสื่อใหม่) คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย จังหวัดเชียงราย 57100<sup>3</sup>

Communication Arts Program (New Media Communication), Faculty of Management Science,

Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai 57100 Thailand<sup>3</sup>

\*Corresponding Author E-mail: aj.komsan@hotmail.com

(Received: May 25, 2021; Revised: August 5, 2021; Accepted: October 26, 2021)

## บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและผู้สูงอายุ 2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ 3. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันข่าวลวงของวัยรุ่นและผู้สูงอายุ 4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการรู้เท่าทันข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ และ 5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ ผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีเชิงสำรวจ ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างกลุ่มวัยรุ่นและผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า 1. ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่น อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.220, S.D.=0.919$ ) กลุ่มผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.080, S.D.=0.931$ ) 2. กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงแตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ 3. การรู้เท่าทันข่าวลวงกลุ่มวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันข่าวลวงอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.490, S.D.=0.913$ ) ผู้สูงอายุมีการรู้เท่าทันข่าวลวงอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.350, S.D.=0.916$ ) 4. กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุมีการรู้เท่าทันข่าวลวงแตกต่างกัน โดยกลุ่มวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันข่าวลวงมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ และ 5. ระดับการศึกษา รายได้ เวลาการใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง และระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ ( $R^2=56.10$ )

**คำสำคัญ:** การรู้เท่าทันข่าวลวง, ข่าวลวง, วัยรุ่น, ผู้สูงอายุ

## Abstract

There were four objectives in this study, which consisted of 1) to study the level of understanding and style of fake news writing among adolescents and the elderly, 2) to study and compare the differences of levels of understanding, characteristics, forms of fake

news writing between adolescents and elderly groups, 3) to study the fake news literacy of adolescents and the elderly, 4) to study and compare the differences of fake news literacy between the adolescent and the elderly group, and 5) to investigate factors affecting both adolescents group and elderly groups in fake news literacy. The researchers applied a quantitative research procedure to conduct this study. The questionnaires were used to collect the data from 400 respondents in Chiang Rai Province. The findings found that 1. Level of understanding of fake news writing styles of teenagers Moderate level ( $\bar{x} = 3.220$ , S.D. = 0.919), elderly group ( $\bar{x} = 3.080$ , S.D. = 0.931) 2. Adolescent and elderly groups had different levels of understanding, characteristics, and fake news writing styles. The teenagers had a higher level of understanding of fake news writing styles than the elderly group. 3. Adolescent group fake news literacy in a high level ( $\bar{x} = 3.490$ , S.D. = 0.913), and elderly group fake news literacy in moderate level ( $\bar{x} = 3.350$ , S.D.=0.916). 4. Elderly group and adolescent group had fake news literacy differently. The adolescent group fake news literacy as it appeared in fake news literacy more than the elderly group. 5. Education level, incomes, frequency in using social media, average social media usage time per time and the level of understanding of the style of writing fake news Influencing the fake news literacy of teenagers and the elderly ( $R^2=56.10$ ).

**Keywords:** Fake News Literacy, Fake News, Teenagers, Olders, Adolescents, Elderly

## บทนำ

ในปัจจุบันผู้สูงอายุได้มีการนำสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร และเป็นช่องทางในการติดต่อประสานงาน เนื่องจากข้อดีของสื่อสังคมออนไลน์ที่คนในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถใช้งานได้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานสังคมออนไลน์ได้ครอบคลุม สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้สร้างประโยชน์มากมายให้กับผู้สูงอายุ การใช้สื่อสังคมในผู้สูงอายุมีความสำคัญค่อนข้างมาก เนื่องจากสามารถลดช่องว่างระหว่างความสัมพันธ์ของบุตรหลานกับผู้สูงอายุ (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น, 2560)

นอกจากนี้ จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ สพรอ. (Electronic Transactions Development Agency: ETDA) พบว่าในปี 2561 คนไทยใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึงวันละ 10 ชั่วโมง 5 นาที และมีพฤติกรรมการเสพข่าวจากโลกออนไลน์มากขึ้นโดยเฉพาะในยุคนี้มักพบข่าวปลอมแพร่ระบาดบนโลกโซเชียล ที่คนไทยร้อยละ 40 เชื่อถือข้อมูลที่ได้รับจากช่องทางโซเชียลมีเดีย นับเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในภูมิภาค นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มผู้อ่านที่ค่อนข้างสูงอายุ เป็นกลุ่มคนที่แชร์ข่าวปลอมมากที่สุด เพราะคนกลุ่มนี้เพิ่งจะเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ตตอนช่วงที่มีอายุมากแล้วไม่ทันยุคทันสมัย ขาดทักษะเรื่องความรู้เท่าทันสื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัล ไม่คิดว่าภาพ - เสียงและวิดีโอในยุคนี้จะสามารถตัดต่อให้ดูเสมือนจริงได้ และเชื่อโดยสนิทใจว่าข่าวทุกข่าวที่นำเสนอได้ผ่านการกลั่นกรองมาแล้ว ไม่ทันคิดว่าจะมีผู้ไม่หวังดีสร้างข่าวปลอมขึ้นมาเพื่อหลอกลวงผู้อื่น

โดยผลกระทบด้านลบที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นการใช้เพื่อแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนเองในทางที่ผิด ส่งผลต่อผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ไม่ระมัดระวังเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา เช่น ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารที่เป็นเท็จ การล่อลวงหรือการขโมยโจรกรรมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จนเกิดความเสียหายทั้งในระดับบุคคลจนไปถึงระดับประเทศไทย โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ที่ไม่ประสงค์ดีจะใช้วิธีการอย่างไร เพื่อให้ได้ผลประโยชน์กลับมา

จากผลกระทบในด้านลบดังกล่าว ผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงควรหาวิธีป้องกันหรือปราบปรามปัญหาเหล่านี้ที่เกิดขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีการปราบปรามป้องกันการทำอาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ตได้ แต่ผู้ไม่ประสงค์ดีนั้นก็จะมียุทธวิธีปรับเปลี่ยนการกระทำอาชญากรรมทางอินเทอร์เน็ตไปอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การป้องกันและ

ปราบปรามนั้นทำได้อย่างไม่ทั่วถึงและครอบคลุม ที่ผู้ใช้สังคมออนไลน์ควรมีทักษะความรู้ความเข้าใจรูปแบบลักษณะการนำเสนอ วัตถุประสงค์ หรือที่เรียกทักษะเหล่านี้ว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media literacy) เป็นการมีทักษะที่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สามารถวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบของสาร สามารถประเมินแยกแยะข้อมูลข่าวสารว่ามีประโยชน์ต่อตนเองหรือไม่ มีแหล่งที่มาของข้อมูลที่มาอย่างน่าเชื่อถือหรือไม่

จากปัญหาการขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ มีหลายหลักสูตรที่ได้มีการเรียนการสอนและบรรจุวิชาการรู้เท่าทันสื่อเพื่อจะช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อเพื่อวิเคราะห์ ประเมินและแยกแยะสื่อได้ ซึ่งการเรียนรู้ทักษะการรู้เท่าทันสื่อนี้จะเป็นการเรียนรู้เพื่อไม่ให้หลงเชื่อหรือถูกชักจูงใจ การที่มีผู้ส่งสารส่งข้อมูลที่มีการบิดเบือนหรือเป็นข้อความที่เป็นจริง เป็นเรื่องที่แต่งขึ้นมาใหม่โดยไม่มีข้อมูลหรือมีวัตถุประสงค์ที่ชักจูงใจให้ผู้อ่านเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดการเข้าใจผิด ซึ่งเรียกการกระทำเหล่านี้ว่าเป็นการนำเสนอข่าวลวงหรือข่าวปลอม (Fake News) โดยข่าวลวงหรือข่าวปลอมส่วนใหญ่จะเป็นการบิดเบือนข้อมูลทำให้หลงเชื่อกับเหตุการณ์ ตัวอย่างเช่น เหตุการณ์ที่มีการนำเสนอในอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการรักษาโรคมะเร็งด้วยน้ำมะนาวและโซดา ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่เกิดการถกเถียงกันเป็นวิธีการรักษาโรคทางใหม่ โดยที่ไม่ทราบถึงแหล่งที่มาของข้อมูลหรือบุคคลที่ทำการวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มีการเผยแพร่ไปบนอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลายและไม่ทราบถึงผู้จัดทำเนื้อหาที่เป็นคนเริ่มต้นในเรื่องราวนี้ จนกระทั่งสื่อมวลชนรวมไปถึงผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้องออกมาชี้แจงและให้ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่าไม่เป็นความจริงแต่อย่างใด (ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม ประเทศไทย, 2563)

ทั้งนี้กลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย มีเวลาแสวงหาและใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์อีกนาน และเป็นกลุ่มที่กำลังจะเติบโตและเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศ จึงเป็นกลุ่มที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมบ่มเพาะทักษะการรู้เท่าทัน การคัดกรองข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ หากกลุ่มวัยรุ่นขาดการรู้เท่าทันจะขาดโอกาสในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุนั้นก็ เป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่อยู่ในช่วงท้ายของการร่วมขับเคลื่อนสังคม และต้องใช้ความสามารถในการเข้าถึง คัดกรองข้อมูลข่าวสาร ประเมินค่า เพื่อที่จะสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารได้อย่างเต็มที่

รวมทั้งใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาตถกผลึก นำไปสู่การสร้างอรรถประโยชน์สูงสุด จากข้อมูลข่าวสารที่ผ่านช่องทางออนไลน์

กรณีตัวอย่างของเหตุการณ์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ผิด โดยเป็นผู้สูงอายุชาวเชียงรายที่มีการแชร์คลิปข่าวปลอมประมาณ 39 วินาที ที่มีเนื้อหาที่อ้างถึงหนุ่มกลับมาจากสมุทรสาครแพร่เชื้อโควิด-19 จนทำให้ติดเชื้อ ทั้งหมู่บ้าน ซึ่งการแชร์คลิปข่าวดังกล่าวทำให้ได้รับผลกระทบมากมาย ทำให้เกิดการตื่นตระหนกและเข้าใจผิดแก่ผู้ที่ได้ฟังคลิปลดดังกล่าว จนเจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง จังหวัดเชียงราย หน่วยงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย ต้องตรวจสอบและพบว่า เรื่องดังกล่าวไม่เป็นความจริง (มติชนออนไลน์, 2563)

ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มที่หลงเชื่อและเป็นผู้เผยแพร่ข้อมูลจากข่าว ไปยังผู้อื่น เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ยังมีการเรียนรู้ในด้านของเทคโนโลยีที่น้อย และด้วยจำนวนผู้ใช้ที่เป็นผู้สูงอายุมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งเป็นแนวโน้มหนึ่งในหลายประการที่แสดงให้เห็นถึงการเข้าสู่ การเป็นสังคมผู้สูงอายุ โดยประเทศไทยนั้นปัจจุบันจัดอยู่ในภาวะสูงวัยของ ประชากรเป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว และมีแนวโน้มที่จะมีการ เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจนในอนาคตอาจกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในปี พ.ศ.2564 ซึ่งในขณะนี้ทั้งภาคสังคมและภาคธุรกิจต่างให้ความสนใจสังคม ผู้สูงอายุกันอย่างจริงจัง อีกทั้งยังพบว่าในปี พ.ศ.2561 ที่ผ่านนี้เป็นครั้งแรกที่ ประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทยแซงหน้าประชากรเด็ก

ในทางตรงกันข้ามเมื่อกลุ่มผู้สูงอายุได้มีการจัดโครงการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้สื่อออนไลน์ได้อย่างรู้เท่าทันแต่กลุ่มวัยรุ่นนั้นก็ เป็นกลุ่มใหญ่เช่นกันที่มีการใช้สื่อออนไลน์เพื่อศึกษาหาความรู้ ความบันเทิง รวมไปถึง การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์เหล่านี้ ที่สามารถสร้างประโยชน์ต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มวัยรุ่นได้ด้วยเช่นเดียวกัน แต่ปัญหาการรู้เท่าทันสื่อต่อกลุ่มวัยรุ่น ก็เกิดปัญหาด้วยเช่นเดียวกัน อาทิเช่น การขาดสมาธิในการเขียน เสียค่าใช้จ่ายโดยที่ ไม่มีความจำเป็นเพื่อความบันเทิง การเล่นเกมออนไลน์จนเกิดการควบคุมตนเองไม่ได้ การพนันออนไลน์ ภัยที่เกิดจากการล่อลวงที่สื่ออินเทอร์เน็ตและสังคมออนไลน์ และการขายบริการทางเพศออนไลน์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้กลุ่มวัยรุ่นได้รับปัญหาจาก การรู้เท่าทันสื่อที่ไม่เพียงพอเช่นเดียวกัน กรณีของกลุ่มวัยรุ่นที่มีการทำตามกระแส

ในโลกในสังคมออนไลน์ อย่างกรณีที่มีการสร้างกระแสการรับประทานโรตีดิบที่มีการแพร่กระจายผ่านสื่อออนไลน์โดยกลุ่มวัยรุ่นและมีการทำเลียนแบบตามกระแสการรับประทานโรตีดิบที่เกิดขึ้น โดยที่ไม่ได้ศึกษาข้อมูลถึงผลเสียหรือปัญหาที่จะเกิดขึ้นจากการรับประทาน โดยที่สาเหตุนั้นก็เกิดจากวัยรุ่นที่เป็นต้นเหตุของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนี้ก็ได้ออกมาแสดงตัวโดยอ้างว่า ทำไปเพราะด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ (มติชนออนไลน์, 2563)

จากตัวอย่างที่เกิดขึ้นจากกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ ได้มีการหลงเชื่อหรือถูกชักจูงใจด้วยข้อมูลข่าวสารที่ถูกบิดเบือน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเขียนตั้งใจให้เชื่อแบบผิด ๆ บ้างก็เป็นข่าวลวงที่เกิดจากการกุเรื่องขึ้นมาบ้าง แต่ทำให้กลายเป็นประเด็นข่าวได้ บ้างก็เป็นข่าวลวงแบบที่คนเขียนไม่คิดอยู่แล้วว่าคนอ่านจะเชื่อแต่หวังเพียงจำนวนยอดของการแชร์ข่าว บางข่าวก็ถูกมองว่าเป็นข่าวลวงเพราะมาจากการมองต่างมุม ทำให้ตีความไปคนละแบบ (พิณ พัฒนา, 2560) การรู้เท่าทันข่าวลวงจึงควรเป็นทักษะที่ทุกคนสามารถพัฒนาตนเองจากการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งการรู้เท่าทันข่าวลวงจะเป็นทักษะที่สามารถวิเคราะห์และแยกแยะข้อมูลข่าวสารว่าเป็นข้อมูลเท็จจริงและเป็นเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นในสังคมหรือเป็นข้อมูลที่บิดเบือน

สำหรับพื้นที่จังหวัดเชียงรายนั้น เป็นเมืองชายแดนที่มีการติดต่อและสื่อสารในบริบทพหุวัฒนธรรม เป็นพื้นที่ที่เอื้อต่อการแสดงความหลากหลายเชิงความคิด มีปริมาณข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ที่จำเป็นต้องบ่มเพาะให้คนในพื้นที่มีภูมิคุ้มกันด้านการรับสื่อ และมีความรับผิดชอบในฐานะผู้สื่อสาร เพื่อสามารถใช้ในการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงระหว่างกัน และเชื่อมโยงกับคนในพื้นที่อื่น ๆ นำไปสู่ความเข้าใจระหว่างกันและร่วมพัฒนาสังคมบนข้อมูลที่แท้จริง และเชื่อถือได้จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ การเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง การรู้เท่าทันข่าวลวง การเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้เท่าทันข่าวลวง รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย
4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างการรู้เท่าทันข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย

## นิยามศัพท์

ข่าวลวง (Fake News) หมายถึง ข่าวที่นำเสนอในรูปแบบของข่าวและเนื้อหาทั่วไปที่เป็นข้อมูลเท็จหรือทำให้ผู้รับสารเข้าใจผิดคิดว่าข่าวนั้นเป็นจริง

ความเข้าใจลักษณะรูปแบบของการเขียนข่าวลวง หมายถึง ความเข้าใจที่กลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุมีต่อเนื้อหาหรือสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งข่าวลวงใช้ในการเขียนข่าวลวง เช่น การใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ (!) ในการพาดหัวข่าว เนื้อหาของข่าวลวงที่ไม่มีการประติดประต่อกัน เป็นต้น

การรู้เท่าทันข่าวลวง (Fake news Literacy) คือ ทักษะของผู้รับสารมีความสามารถในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อได้อย่างเข้าใจ สามารถวิเคราะห์และแยกแยะได้ว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือข้อมูลปลอมแปลงด้วย 10 องค์ประกอบ คือ

1. แยกแยะข่าวสารได้ว่าเป็นข่าวที่นำเสนอข้อมูลทั่วไปหรือเป็นข่าวที่ผู้อ่านชวนเชื่อ
2. แยกแยะได้ว่าข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลที่กระตุ้นให้ผู้อ่านคลิกอ่านต่อแล้วเปลี่ยนไปหน้าโฆษณาแทน



3. แยกแยะข้อมูลเหล่านั้นได้ว่า เป็นข้อมูลจริงหรือเป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาเพื่อสนับสนุนสินค้าหรือบริการ

4. รับรู้ถึงวัตถุประสงค์แอบแฝง เป็นการล้อเลียนหรือเสียดสีบุคคลในข่าว

5. อธิบายหรือให้เหตุผลสนับสนุนได้ว่า ข่าวดังกล่าวมีความผิดพลาดตรงจุดใดบ้าง

6. แยกแยะหรือบอกได้ว่าข่าวนี้ มีความเอนเอียงในการนำเสนอ โจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้

7. แยกแยะได้ว่ามีเนื้อหาที่มีข้อเท็จจริงเล็กน้อย แต่ถูกแต่งเสริมขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง

8. แยกแยะและเลือกเฉพาะข้อมูลที่มีหลักฐานน่าเชื่อถือไปใช้ได้

9. บอกได้ว่าข่าวดังกล่าวมีการชี้นำ เพื่อให้เกิดการเข้าใจผิด

10. แยกแยะได้ว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาจากมีการบิดเบือนที่มา เนื้อหา แหล่งข่าว ฯลฯ เพื่อหวังผลบางอย่าง

กลุ่มวัยรุ่น คือ กลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 11 – 24 ปี อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย เปิดรับข่าวสารและ ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จากทางอินเทอร์เน็ต

กลุ่มผู้สูงอายุ คือ กลุ่มประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 60 - 80 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย เปิดรับข่าวสารและ ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์จากทางอินเทอร์เน็ต

### สมมติฐานการวิจัย

1. กลุ่มวัยรุ่นมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ

2. กลุ่มวัยรุ่นมีระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ

3. ลักษณะประชากรศาสตร์ ประเภทการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้สังคมออนไลน์ จำนวนชั่วโมงเฉลี่ยกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรู้เท่าทันข่าวลวง

Fake News หรือ ข่าวลวง คือเป็นข่าวที่เป็นเท็จ เรื่องราวเหล่านั้น ถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยไม่มีข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบได้แหล่งที่มาหรือคำพูดได้ บางครั้งเรื่องราวเหล่านี้อาจเป็นการโฆษณาชวนเชื่อที่มีเจตนาออกแบบมาเพื่อทำให้ผู้อ่านเข้าใจผิดหรืออาจได้รับการออกแบบให้เป็นการพาดหัวเรียกแขก (Click Bait) เพื่อหวังผลประโยชน์จากคนจำนวนมาก ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเรื่องราวข่าวลวงได้เผยแพร่ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์เนื่องจากได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ได้ง่ายและรวดเร็ว (Desai, Mooney & Oehrli, 2017)

ข่าวลวงมีส่วนประกอบของข้อมูลที่เท็จ จงใจหลอกลวง และได้รับการออกแบบเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มักได้รับการเผยแพร่บนเว็บไซต์คล้ายคลึงกับข้อมูลลวง ข่าวลวงจะใช้ภาษาและภาพข่าวของการรายงานข่าวเพื่อสร้างความเชื่อถือให้กับผู้อ่านซึ่งแตกต่างจากการรายงานข่าวในหนังสือพิมพ์ ทำเช่นนี้เพื่อดึงดูดผู้เข้าชมเว็บไซต์เพื่อรับผลประโยชน์ทางการเงิน(Nurse, 2016)

คำว่า Fake News อาจแปลเป็นภาษาไทยได้ทั้ง “ข่าวลวง” หรือ “ข่าวปลอม” ซึ่ง สำหรับในประเทศไทยนั้นยังไม่ได้บัญญัติความหมายของคำว่า Fake News อย่างเป็นทางการ แต่สามารถสรุปโดยภาพรวมได้ อาทิ ข่าวลวง โดยความหมายของมันคือข้อมูลชุดหนึ่งที่ทำขึ้นมา โดยมีเจตนาจะบิดเบือนและโจมตีบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กร มีเนื้อหากระตุ้นอารมณ์เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่าน หรือที่เราเคยเห็นตามหน้าสื่อบ่อย ๆ ว่า “พาดหัวเรียกแขก” (Sunny Walker, 2017)

ข่าวลวงที่คนเขียนตั้งใจให้เชื่อแบบผิด ๆ บ้างก็เป็นข่าวลวงที่เกิดจากการกุเรื่องขึ้นมา แต่ทำให้กลายเป็นประเด็นข่าวได้ บ้างก็เป็นข่าวลวงแบบที่คนเขียนไม่คิดอยู่แล้วว่าคนอ่านจะเชื่อแต่หวังยอดแชร์ บางข่าวก็ถูกมองว่าเป็นข่าวลวงเพราะมาจากการมองต่างมุม ทำให้ตีความไปคนละแบบ (พิณ พัฒนา, 2560)

เฟคนิวส์ (Fake News) คือ ข่าวที่ไม่เป็นจริง แนวทางการสื่อสารมวลชนต่างประเทศเรียกว่า Fake News หรือ ข่าวลวง ที่สื่อมวลชนมีอาชีพกำลังเป็นกังวลกันอยู่ เพราะข่าวลวงนั้น ส่งผลกระทบต่อทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และสติปัญญาของคนในสังคม (กองบรรณาธิการจุลสารราชดำเนิน, 2560)

โดยสรุปข่าวลวง หรือ fake news หมายถึง ข่าวที่มีเนื้อหาเป็นเท็จ เรื่องราวนั้นถูกประดิษฐ์ขึ้นโดยไม่มีข้อเท็จจริงที่สามารถตรวจสอบแหล่งที่มาหรือคำพูด ข่าวลวงบางข่าวอาจมีส่วนข้อมูลที่สามารถตรวจสอบได้แต่อาจมีข้อมูลที่ถูกรสร้างขึ้นเพื่อมีเจตนาบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงเดิม

### ประเภทของข่าวลวง

The European Association for Viewers Interests (2016) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่สนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อและการเป็นพลเมืองแบบสมบูรณ์ในยุโรป ได้ทำการศึกษา ในหัวข้อ “Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News” โดยแบ่งประเภทข่าวลวงและข่าวที่สร้างความเข้าใจที่ผิดดังนี้

1. การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นข้อมูลที่แพร่กระจายไปสู่ความคิดหรือเปลี่ยนความคิด มุมมอง ทำให้รู้สึกคล้อยตาม การโฆษณาชวนเชื่อ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์มีลักษณะคล้ายคลึงกันโดยใช้การดึงดูดความสนใจของผู้ชม

2. การยั่วให้คลิก หรือ คลิกเบท (Clickbait) เป้าหมายหลักของคลิกเบทคือการกระตุ้นความสนใจของผู้คนให้คลิกผ่านเนื้อหาเพื่อเพิ่มรายได้จากโฆษณา

3. เนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน (Sponsored content) หรือเนื้อหาโฆษณาบนสื่อออนไลน์ผลการวิจัย ในปี 2016 จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด พบว่า 80% ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษามีความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ได้รับการสนับสนุน หรือที่เรียกว่าการโฆษณาเนทีฟ คิดว่าเป็นข่าวจริง

4. ข่าวล้อเลียนและเสียดสี (Satire and Hoax) ข่าวล้อเลียนเป็นเรื่องตลกที่นำเสนอในรูปแบบทั่วไป ใช้เนื้อหาที่ตลกขบขันเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข่าวในโลกแห่งความเป็นจริง ซึ่งเป็นเรื่องง่ายที่จะเลียนแบบแหล่งข่าวที่ถูกต้องและข่าวเสียดสีเป็นข่าวที่อาศัยการประชดประชันและอารมณ์ขันแบบหน้าตาย

5. ข่าวที่ผิดพลาด (Error) บางครั้งแม้แต่ข่าวที่เผยแพร่จากสำนักข่าวออนไลน์ที่เชื่อถือได้ก็อ่านมีความผิดพลาดได้เช่นกัน เช่น การเขียนข้อความที่ผิดที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจไปในทิศทางอื่นหรือไม่เข้าใจในข่าวนั้น

6. ข่าวที่นำเสนอเอนเอียงเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง (Partisan) เป็นข่าวที่บิดเบือนเนื้อหา หรือสร้างขึ้นมาเพื่อเข้าข้างหรือโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง

7. ทฤษฎีสมคบคิด (Conspiracy theory) เป็นเรื่องเล่าหรือบทความ

ที่สร้างขึ้นมาจากความคิดของคน หรือกลุ่มคน โดยนำเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกัน ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์ซ่อนเร้นอื่น ๆ เพื่อให้ประโยชน์ให้โทษต่อบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งใด หรืออธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ลักษณะของทฤษฎีสมคบคิดโดยทั่วไปมีข้อเท็จจริงประกอบอยู่เพียงเล็กน้อย หรือส่วนหนึ่งเพียงเพื่อเสริมให้เกิดความน่าเชื่อถือว่ามีหลักฐานสนับสนุนที่ดูเหมือนเกี่ยวข้องกันเท่านั้น อาจมีเหตุผลสนับสนุนจากความเชื่อส่วนบุคคล

8. วิทยาศาสตร์ลวงโลก (Pseudoscience) คือ การแอบอ้าง หรือความเชื่อ หรือแนวทางปฏิบัติ ที่บอกว่าเป็นวิทยาศาสตร์ แต่จริง ๆ แล้วไม่ได้ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้องหรือไม่มีหลักฐานหรือความเป็นไปได้ใด ๆ มาสนับสนุน มีบทบาทเหมือนกันกับทฤษฎีสมรู้ร่วมคิด แต่อย่างไรก็ตามวิทยาศาสตร์มักใช้ทฤษฎีนี้มากกว่าทฤษฎีสมรู้ร่วมคิด บางครั้งก็จะพบเป็นลักษณะเว็บไซต์หรือข่าวที่หลอกหลวงเกี่ยวกับสุขภาพหรืองานวิจัยที่ถูกบิดเบือน

9. ข่าวที่ให้ข้อมูลผิด ๆ (Misinformation) สามารถพบได้ในประเภทข่าวที่ชี้้นำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยข้อมูลข่าวที่ไม่ถูกต้องมีความแตกต่างจากการตั้งใจบิดเบือน

10. ข่าวลวงที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ (Bogus) คือข่าวลวงที่เจตนาในการสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นข่าวลวงที่สมบูรณ์ อาจมีเนื้อเรื่อง ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเท็จมาประกอบกัน อาจรวมถึงการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าวหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ ทุกวิธีการที่จะทำให้อ่านนั้นเป็นข่าวลวงที่สมบูรณ์มากขึ้นรูปแบบเนื้อหาของข่าวลวง

**การจำแนกรูปแบบเนื้อหาของข่าวลวงและข่าวที่สามารถสร้างความเข้าใจผิดหรือบิดเบือนตามประเภทเนื้อหาได้ 7 รูปแบบ (Wardle, 2017) คือ**

1. มีเนื้อหาเลียนแบบ ล้อเลียน เสียดสี (Satire or Parody) มีเนื้อหาล้อเลียน เสียดสีให้รู้สึกขบขัน
2. มีเนื้อหาชี้้นำ (Misleading Content) อาจมีเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง แต่อาจบิดเบือนข้อมูลไปในเชิงชี้นำไปในทางใดทางหนึ่ง หรือสร้างเนื้อหาให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ บางครั้งอาจสร้างขึ้นเพื่อผลประโยชน์บางอย่าง
3. มีเนื้อหาแอบอ้าง (Imposter Content) การแอบอ้างเป็นแหล่งข้อมูล หรืออ้างตัวเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือให้ข้อมูล

4. เนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้น (Fabricated Content) เป็นเนื้อหาหลงที่สร้างขึ้นใหม่ทั้งหมดเป็นเจตนาที่จะสร้างเนื้อหาที่เป็นข่าวลวงขึ้นมา
5. มีการเชื่อมโยงเนื้อหาที่ผิด (False Connection) มีเนื้อหาพาดหัวข่าวภาพประกอบข้อมูลรายละเอียดไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
6. เนื้อหาที่ผิดบริบท (False Context) มีเนื้อหาข้อมูลจริงแต่ใช้ไม่ถูกในบริบทหรือสถานการณ์นั้น
7. เนื้อหาที่หลอกลวง (Manipulated Content) มีเนื้อหาข้อมูลจริงแต่ใช้เพื่อเจตนาหลอกลวง
8. วิทยาศาสตร์ลวงโลก (Pseudoscience) คือ การแอบอ้าง หรือความเชื่อ หรือแนวทางปฏิบัติ ที่บอกว่าเป็นวิทยาศาสตร์ แต่จริง ๆ แล้วไม่ได้ผ่านกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่ถูกต้องหรือไม่มีหลักฐานหรือความเป็นไปได้ใด ๆ มาตรฐานสนับสนุน มีบทบาทเหมือนกันกับทฤษฎีสัมรู้ร่วมคิด แต่อย่างไรก็ตามวิทยาศาสตร์มักใช้ทฤษฎีนี้มากกว่าทฤษฎีสัมรู้ร่วมคิด บางครั้งก็จะพบเป็นลักษณะเว็บไซต์หรือข่าวที่หลอกลวงเกี่ยวกับสุขภาพหรืองานวิจัยที่ถูกบิดเบือน
9. ข่าวที่ให้ข้อมูลผิด ๆ (Misinformation) สามารถพบได้ในประเภทข่าวที่ชี้้นำให้เกิดความเข้าใจผิดโดยข้อมูลข่าวที่ไม่ถูกต้องมีความแตกต่างจากการตั้งใจบิดเบือน
10. ข่าวลวงที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ (Bogus) คือข่าวลวงที่เจตนาในการสร้างขึ้นเพื่อให้เป็นข่าวลวงที่สมบูรณ์ อาจมีเนื้อเรื่อง ภาพ หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นเท็จมาประกอบกัน อาจรวมถึงการแอบอ้างเป็นแหล่งข่าวหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ ทุกวิธีการที่จะทำให้ข่าวนั้นเป็นข่าวลวงที่สมบูรณ์มากขึ้น

## รูปแบบเนื้อหาของข่าวลวง

### การรู้เท่าทันข่าวลวง

เฟซบุ๊ก อิงก์ บริษัทโซเซียลมีเดีย (2016) ทดลองระบบคัดกรองข่าวปลอม และได้แนะนำข้อสังเกตรูปแบบของข่าว โดยถ้าหากข่าวมีข้อมูลในทิศทางตามคำแนะนำต่อไปนี้มีโอกาสสูงที่ข่าวนั้นจะเป็นข่าวปลอม

1. ไม่เชื่อพาดหัวข่าวเพียงอย่างเดียว ข่าวปลอมหรือข่าวเท็จมักมีการกล่าวอ้างพาดหัวที่ดูตื่นเต้น น่าตกใจจนเกินไป หรือในรูปแบบคลิกเบท (Click Bait) เพื่อให้เกิดความสงสัยและสนใจในการเข้าไปดูหรือส่งต่อข่าวปลอมนั้น

2. ตรวจสอบ URL ของเว็บไซต์ที่นำมาเผยแพร่ เว็บไซต์ข่าวปลอมจำนวนมากเลียนแบบรูปลักษณ์ของแหล่งข่าวหรือมีตัวสะกดที่ดัดแปลงให้คล้ายกับเว็บไซต์ข่าวหลัก

3. ตรวจสอบแหล่งที่มา ตรวจสอบให้แน่ใจว่าข่าวนั้นได้รับการเขียนขึ้นโดยแหล่งข้อมูลที่สามารถเชื่อถือได้ มีตัวตนสามารถตรวจสอบได้

4. รูปแบบของข่าว ข่าวปลอมมักจะมีรูปแบบการเขียนข่าวผิดปกติ ไม่ว่าจะเป็นตัวสะกดภาษาที่ใช้ หรือการเรียบเรียงที่ไม่ถูกต้อง

5. พิจารณาจากภาพประกอบข่าว บางครั้งข่าวปลอมอาจมีการตัดต่อมาใช้หรือบางครั้งเป็นรูปภาพจริงแต่จากเหตุการณ์ที่ไม่เกี่ยวข้องกันนำมาใช้สร้างเป็นข่าวปลอม รวมถึงเอารูปภาพเหตุการณ์ในอดีตมาเผยแพร่อีกครั้งเพื่อสร้างความสับสน

6. ตรวจสอบวันที่ของการเผยแพร่ข่าว ข่าวที่เป็นเท็จอาจระบุเวลาที่ไม่สมเหตุสมผล เช่นเป็นข่าวเก่าหรือวันที่ของเหตุการณ์ที่ยังมาไม่ถึง

7. ตรวจสอบหลักฐาน ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าข้อมูลถูกต้อง การขาดหลักฐานหรือแหล่งที่มาที่ชัดเจนมีโอกาสสูงที่จะเป็นเพียงแค่ว่าลือ ข่าวโคมลอย หรือข่าวลอกลวง

8. ดูรายงานจากแหล่งอื่นประกอบ หากไม่มีแหล่งข่าวอื่นรายงานเรื่องเดียวกันอาจบ่งบอกได้ว่าเรื่องนี้เป็นเท็จ หากเรื่องราวได้รับการรายงานจากหลายแหล่งที่คุณไว้วางใจมีแนวโน้มที่จะเป็นจริงมากขึ้น

9. ตรวจสอบว่าข่าวสารที่ส่งต่อกันมามีวัตถุประสงค์เป็นแค่การล้อเลียนหรือเรื่องที่แต่งขึ้นมาเองหรือไม่ บางครั้งข่าวปลอมเกิดจากเรื่องที่แต่งขึ้นด้วยอารมณ์ขันหรือเป็นเรื่องเสียดสี

10. ข่าวบางข่าวถึงแม้จะเป็นแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือได้ แต่ผู้เขียนอาจเจตนาสร้างข่าวปลอมขึ้นมา ดังนั้นผู้อ่านต้องพิจารณาความสมเหตุสมผลให้ดีให้ความสำคัญกับเรื่องราวที่คุณอ่านและส่งต่อเฉพาะข่าวที่น่าเชื่อถือเท่านั้น

การรู้เท่าทันสื่อ คือความสามารถในการวิเคราะห์วิจารณ์ และประเมินค่าสื่อความสามารถในการเข้าถึงสื่อ นำเสนอสื่อในแบบฉบับของตนเอง และผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารได้หลายรูปแบบ นอกจากนี้ การเรียนรู้สื่อยังหมายถึงกิจกรรมทางการศึกษาเพื่อการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์ วิวิจารณ์ และสร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นมุมมองจากการที่บุคคลเปิดรับสื่อและตีความหมายของเนื้อหาสื่อตามที่ได้เปิดรับด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อและมีสติในการเปิดรับโดยวัตถุประสงค์ของการรู้เท่าทันสื่อ คือ การเสริมสร้างพลังอำนาจของบุคคลเพื่อให้บุคคลควบคุมสื่อ ไม่ตกอยู่ภายใต้การครอบงำของสื่อ (Potter, 2005 อ้างถึงใน บุพผา เมฆศรีทองคำ, 2554)

ดังนั้น “การรู้เท่าทันข่าวลวง” จึงหมายถึง การที่บุคคลนั้นได้เปิดรับสื่อข้อมูลข่าวสารจากสังคมออนไลน์ เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้แล้ว สามารถวิเคราะห์และแยกแยะในประเด็นเนื้อหาของข้อมูลข่าวสารโดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์และแยกแยะดังต่อไปนี้

1. แยกแยะข่าวสารได้ว่าเป็นข่าวที่นำเสนอข้อมูลทั่วไปหรือเป็นข่าวที่ผู้อ่านชวนเชื่อ
2. แยกแยะได้ว่าข้อมูลข่าวสารเป็นการเป็นข้อมูลที่กระตุ้นให้ผู้อ่านคลิกอ่านต่อแล้วเปลี่ยนไปหน้าโฆษณาแทน
3. แยกแยะข้อมูลเหล่านั้นได้ว่า เป็นข้อมูลจริงหรือเป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาเพื่อสนับสนุนสินค้าหรือบริการ
4. รับรู้ถึงวัตถุประสงค์แอบแฝง เป็นการล้อเลียนหรือเสียดสีบุคคลในข่าว
5. อธิบายหรือให้เหตุผลสนับสนุนได้ว่า ข่าวดังกล่าวมีความผิดพลาดตรงจุดใดบ้าง
6. แยกแยะหรือบอกได้ว่าข่าวนี้นี้ มีความเอนเอียงในการนำเสนอ โจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้
7. แยกแยะได้ว่ามีเนื้อหาที่มีข้อเท็จจริงเล็กน้อย แต่ถูกแต่งเสริมขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง
8. แยกแยะและเลือกเฉพาะข้อมูลที่มีหลักฐานน่าเชื่อถือไปใช้ได้
9. บอกได้ว่าข่าวดังกล่าวมีการชี้นำ เพื่อให้เกิดการเข้าใจผิด
10. แยกแยะได้ว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาโดยมีการบิดเบือนที่มา เนื้อหา แหล่งข่าว ฯลฯ เพื่อหวังผลบางอย่าง

จากการแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยจะนำแนวคิดของ Wardle (2017) และ Potter (2004) มาประยุกต์เพื่อสร้างเป็นเกณฑ์ในการสร้างกรอบการรู้เท่าทันข่าวลวง รวมถึงการใช้แนวคิดของ The European Association for Viewers Interests (2016) มาเป็นเกณฑ์เพื่อวัดระดับความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ

## แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

ในปัจจุบันสังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปมากนับตั้งแต่สื่อออนไลน์มีความเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว สังคมในปัจจุบันไม่จำเป็นต้องเผชิญหน้าแต่สามารถสื่อสารได้ง่ายขึ้น ทุกที่ ทุกเวลา โดยใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก (พิชิต วิจิตรบุญรักษ์, 2554) ได้กล่าวถึงในบทความวิชาการ สื่อสังคมออนไลน์คืออะไร โดยมีเนื้อหาว่ามนุษย์เป็นสังคมที่ต้องมีการสื่อสารข้อมูลถึงกันและกันซึ่งในสมัยโบราณมนุษย์สื่อสารข้อมูลด้วยวิธีการที่ไม่ซับซ้อนนัก เช่นปากเปล่ามาเร็ว และนกพิราบสื่อสาร ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนการสื่อสารข้อมูลเป็นจดหมาย โทรเลข โทรศัพท์วิทยุจากนั้น เมื่อเข้าสู่ยุคที่มีเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง การสื่อสารข้อมูลของมนุษย์มีการปรับเปลี่ยนเป็นสื่อที่เกี่ยวข้องกับอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เช่น บริการ IRC (Internet Relay Chat) โปรแกรมพูดคุย (Chat programs) จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic mail หรือ Email) และเว็บบอร์ด (Web board) จนจนถึงปัจจุบัน มนุษย์เริ่มมีการสื่อสารข้อมูลในชีวิตประจำวันถึงกันและกันด้วย

### การใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง ซึ่งสามารถแบ่งสื่อสังคมออนไลน์ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ที่ใช้กันบ่อย ๆ คือ บล็อก (Blogging) ทวิตเตอร์และไมโครบล็อก (Twitter and Microblogging) เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking) และการแบ่งปันสื่อทางออนไลน์ (Media Sharing)

### เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Networking)

เครือข่ายสังคมออนไลน์คือ เว็บไซต์ที่ผู้คนสามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ทั้งที่รู้จักมาก่อนหรือรู้จักภายหลังทางออนไลน์ซึ่งเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละแห่ง มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป แต่ส่วนประกอบหลักที่มีเหมือนกันคือ โปรไฟล์ (Profiles - เพื่อแสดงข้อมูลส่วนตัวของเจ้าของบัญชี) การเชื่อมต่อ (Connecting - เพื่อสร้างเพื่อนกับคนที่รู้จักและไม่รู้จักทางออนไลน์) และการส่งข้อความ (Messaging - อาจเป็นข้อความส่วนตัว หรือข้อความสาธารณะ) เป็นต้น



โดยมีเฟซบุ๊กเป็นเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน (อติเทพ บุตราช, 2553)

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และการเปิดรับข่าวสาร

"การเปิดรับสื่อ" หรือ "การเปิดรับข่าวสาร" (Media Exposure) นั้น หมายถึง ความบ่อยครั้ง รูปแบบ เนื้อหาของข่าวสารจากการอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ และการพูดคุยกับสื่อบุคคล (ลดาวัลย์ แก้วสินवल, 2553 : Online)

Klapper J.T. (1960 : 19-25 อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภภรณ์, 2554) กระบวนการการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Expose) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทาง การสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางความเข้าใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนมักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ

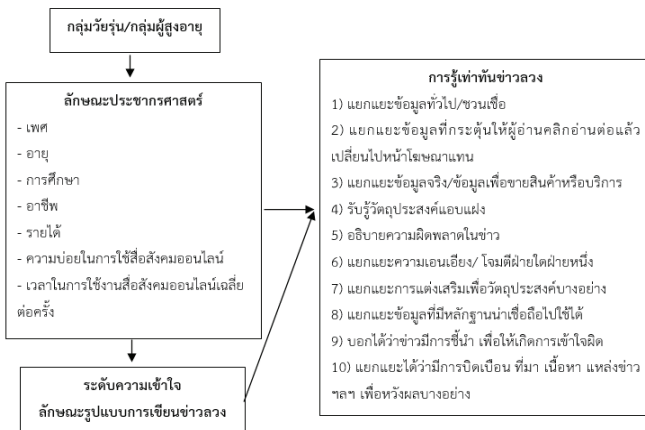
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้ง คำนกับความคิดของตน ข่าวสารที่ตนเองเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติค่านิยมหรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สุพิมพรรณ เม็งขาว (2554) ได้กล่าวว่า การเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

Alkin (1973 อ้างใน ทิม ดิงสมชัยศิลป์, 2553) ได้กล่าวไว้ว่า “บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากจะมีหูตาที่กว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่มีทันสมัย ทันท่วงเหตุการณ์กว่าบุคคลที่รับข่าวสารน้อย”

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นั้น แล้วแต่ที่บุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อให้ได้ตามความต้องการของตนเอง หรือแสวงหาสิ่งที่ตนเองสนใจและอยากรู้ตามเวลานั้นๆ เพราะการเปิดรับข่าวสารตามเวลาที่ตนเองสนใจนั้นจะทำให้ตนเองรู้สึกผ่อนคลาย สามารถจดจำกับสื่อที่นำมาเสนอได้เป็นอย่างดี

### กรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย (Conceptual Framework)



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ด้วยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นสูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Random Sampling) โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 11-24 ปี จำนวน 200 คน และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 – 80 ปีขึ้นไป จำนวน 200 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย เพื่อหาค่าเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มนี้ ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยจะต้องเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (<http://www.dop.go.th>)

ผู้วิจัยได้ทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (pretest) โดยทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาคำนวณและนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้วยสถิติ ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่า 0.830 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวัดมีความน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต่างๆ ด้วยสถิติ S.D. (Standard Deviation), t-test, One way Anova และ Regression Analysis

## ผลการศึกษา

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (ทั้งกลุ่มวัยรุ่นและผู้สูงอายุ) ของการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุ 21 - 24 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประเภทสังคมออนไลน์มากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 คือเฟซบุ๊ก (Facebook) อันดับที่ 2 คือ ไลน์ (Line) อันดับที่ 3 คือ ทวิตเตอร์ (Twitter) ใช้อินเทอร์เน็ต

เพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย และใช้เพื่อรับทราบความเคลื่อนไหวของข่าวสารบ้านเมือง ความถี่ในการใช้งานสังคมออนไลน์ มากที่สุดคือ ทุกวัน รองลงมาคือ 3 - 4 วัน/สัปดาห์ การใช้งานสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง มากที่สุดคือ ไม่เกิน 1 ชั่วโมง/ครั้ง รองลงมาคือ 2 - 3 ชั่วโมง/ครั้ง

**1. ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย**

ตารางที่ 1 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง	วัยรุ่น		ผู้สูงอายุ	
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
1. พาดหัวข่าวลวงมักใช้ข้อความที่ดึงดูดความน่าสนใจ และถ้ามีข้อความที่เป็นภาษาอังกฤษ จะใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมด	3.200	0.922	3.110	0.922
2. ข่าวลวงมักใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์(!) หลายๆตัวในพาดหัวข่าว	3.130	0.922	3.210	0.920
3. ข่าวลวงมักใช้ตัวอักษรหรือสัญลักษณ์เปลี่ยนแปลงในเว็บไซต์ข่าวเพื่อให้เหมือนเว็บไซต์ข่าวจริง	3.250	0.919	3.130	0.922
4. เว็บไซต์ข่าวที่น่าเชื่อถือมักใช้ลงท้ายด้วย .com และ .co.th	3.870	0.903	3.590	0.910
5. แหล่งที่มาของข่าวมีความน่าเชื่อถือ สามารถค้นหาแหล่งที่มาของข่าวได้	3.360	0.916	2.890	0.928
6. รูปภาพที่อยู่ในข่าวลวง มักจะใช้รูปภาพที่ไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าว	3.250	0.910	3.050	0.924
7. รูปภาพที่อยู่ในข่าวลวง จะไม่สามารถค้นหารูปภาพจากสำนักข่าวอื่นได้	3.180	0.921	3.000	0.925

กลุ่มตัวอย่าง ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง	วัยรุ่น		ผู้สูงอายุ	
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
8. การจัดรูปแบบของข่าวลวงมักจะมีโฆษณาแทรก ระหว่างเนื้อหาข่าว	3.390	0.915	3.080	0.923
9. เนื้อหาของข่าวลวงมักใช้ตัวอักษรที่สะกดผิด แต่ สามารถอ่านแล้วเข้าใจความหมายได้เหมือนเดิม	3.260	0.919	2.990	0.925
10. ข่าวลวงจะมีการลำดับเหตุการณ์ของข่าวที่ไม่ ประติดประต่อ เหตุการณ์ของข่าวไม่เรียงลำดับตาม เหตุการณ์	3.250	0.919	2.960	0.926
11. ข่าวลวงที่น่าเสนอ มักจะเปลี่ยนแปลงวันที่ไม่ตรง กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น	3.310	0.917	3.070	0.923
12. การเขียนข่าวลวง ที่นำเสนอ สามารถค้นหาชื่อของ ผู้เขียน ผู้รายงานข่าวได้	3.020	0.917	2.930	0.927
13. การเขียนข่าวลวง ที่นำเสนอ ไม่มีการอ้างอิงหลัก ฐานจากผู้เชี่ยวชาญหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.310	0.917	2.930	0.927
<b>รวม</b>	<b>3.23.</b>	<b>0.918</b>	<b>2.930</b>	<b>0.926</b>

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มวัยรุ่นมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.230$ , S.D.=0.918) มากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ข่าวที่น่าเชื่อถือมักใช้ลิงก์ท้ายด้วย .com และ .co.th ( $\bar{X} = 3.870$ , S.D.=0.903) รองลงมา ได้แก่ การจัดรูปแบบของข่าวลวงมักจะมีโฆษณาแทรกระหว่างเนื้อหาข่าว ( $\bar{X} = 3.390$ , S.D.=0.915) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ การเขียนข่าวลวงที่น่าเสนอสามารถค้นหาชื่อของผู้เขียน ผู้รายงานข่าวได้ ( $\bar{X} = 3.020$ , S.D.=0.925) ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.930$ , S.D.=0.926) มากที่สุด ได้แก่ เว็บไซต์ข่าวที่น่าเชื่อถือมักใช้ลิงก์ท้ายด้วย .com และ.co.th ( $\bar{X} = 3.590$ , S.D.=0.910) รองลงมา ได้แก่ ข่าวลวงมักใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์(!) หลายนๆตัวในพาดหัวข่าว ( $\bar{X} = 3.210$ , S.D.=0.920) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ แหล่งที่มาของข่าวมีความน่าเชื่อถือสามารถค้นหาแหล่งที่มาของข่าวได้ ( $\bar{X} = 2.890$ , S.D.=0.928)

จากผลการวิจัยข้างต้นทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น และกลุ่มตัวอย่างผู้สูงอายุ มีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุ ความเชื่อเว็บไซต์ที่ลงท้ายด้วย .com และ .co.th ซึ่งเป็นคำลงท้ายของเว็บไซต์ที่มีการใช้จำนวนมากทำให้วัยรุ่นมีความคุ้นเคย .com ย่อมาจาก commercial หมายถึง การค้า บริษัท องค์กร ส่วน .co.th ย่อมาจาก commercial in Thailand หมายถึง บริษัทหรือองค์กรที่ประกอบธุรกิจในประเทศไทย ซึ่งเรียกว่าซบโดเมน ที่เป็นี่เข้าใจกันทั่วไป เป็นชื่อที่ใช้ลงทะเบียนให้กับเว็บไซต์ และควรตั้งให้เกี่ยวข้องกับเนื้อหาภายในเว็บไซต์ หรือเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้จำได้ง่าย

**2. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ**  
**ตารางที่ 2** แสดงผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ

กลุ่มวัยรุ่น		กลุ่มผู้สูงอายุ		t-test	Sig
$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
3.230	0.918	2.930	0.926	59.925	.000*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $p < 0.05$

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่ากลุ่มวัยรุ่นมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับการข่าวลวง ( $\bar{X} = 3.230$ ) มากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง ( $\bar{X} = 2.930$ ) ที่ระดับ (t-test) = 59.925 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากผลการศึกษาทำให้เห็นว่าผู้สูงอายุนั้นมีระดับความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลวงน้อย เนื่องจากว่าไม่สามารถวิเคราะห์และแยกแยะข่าวลวง ขาดสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความสามารถในการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมิน และมักถูกหลอกเสนอขายผลิตภัณฑ์ การโฆษณาชวนเชื่อที่ผู้อื่นส่งต่อมาทางสื่อออนไลน์ ตลอดจนการเชื่อแบบไม่มีเหตุผลและไม่มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม

### 3. การรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 3 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง การรู้เท่าทันสื่อข่าวลวง	วัยรุ่น		ผู้สูงอายุ	
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D
1. แยกแยะข่าวสารได้ว่าเป็นข่าวที่น่าเสนอข้อมูลทั่วไปหรือเป็นข่าวที่ผู้อ่านชวนเชื่อ	3.600	0.910	3.420	0.915
2. แยกแยะได้ว่าข้อมูลข่าวสารการเป็นข้อมูลที่กระตุ้นให้ผู้อ่านคลิกอ่านต่อแล้วเปลี่ยนไปหน้าโฆษณาแทน	3.690	0.908	3.410	0.915
3. แยกแยะข้อมูลเหล่านั้นได้ว่า เป็นข้อมูลจริงหรือเป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาเพื่อสนับสนุนสินค้าหรือบริการ	3.610	0.910	3.380	0.916
4. รับรู้ถึงวัตถุประสงค์แอบแฝง เป็นการล้อเลียนหรือเสียดสีบุคคลในข่าว	3.490	0.913	3.440	0.914
5. อธิบายหรือให้เหตุผลสนับสนุนได้ว่า ข่าวดังกล่าวมีความผิดพลาดตรงจุดใดบ้าง	3.420	0.915	3.330	0.918
6. แยกแยะหรือบอกได้ว่าข่าวนี้ มีความเอนเอียงในการนำเสนอโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งได้	3.440	0.914	3.350	0.916
7. แยกแยะได้ว่ามีเนื้อหาที่มีข้อเท็จจริงเล็กน้อย แต่ถูกแต่งเสริมขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง	3.370	0.916	3.310	0.908
8. แยกแยะและเลือกเฉพาะข้อมูลที่มีหลักฐานน่าเชื่อถือไปใช้ได้	3.430	0.914	3.360	0.918
9. บอกได้ว่าข่าวดังกล่าวมีการชี้นำ เพื่อให้เกิดการเข้าใจผิด	3.430	0.914	3.260	0.918
10. แยกแยะได้ว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาโดยการบิดเบือน ที่มา เนื้อหา แหล่งข่าว ฯลฯ เพื่อหวังผลบางอย่าง	3.430	0.914	3.230	0.919
<b>รวม</b>	3.430	0.913	3.350	0.916

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันข่าวลวงโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.490, S.D.=0.913$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยการรู้เท่าทันสื่ออันดับแรก ได้แก่ สามารถแยกแยะได้ว่าข้อมูลข่าวสารเป็นข้อมูลที่กระตุ้นให้ผู้อ่านคลิกอ่านต่อแล้วเปลี่ยนไปหน้าโฆษณาแทน ( $\bar{X} = 3.690, S.D.=0.908$ ) รองลงมาได้แก่

สามารถแยกแยะข้อมูลเหล่านั้นได้ว่า เป็นข้อมูลจริงหรือเป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาเพื่อสนับสนุนสินค้าหรือบริการ ( $\bar{X} = 3.610$ , S.D.=0.910) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ แยกแยะได้ว่ามีเนื้อหาที่มีข้อเท็จจริงเล็กน้อย แต่ถูกแต่งเสริมขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์บางอย่าง ( $\bar{X} = 3.370$ , S.D.=0.916)

กลุ่มผู้สูงอายุมีระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงโดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.350$ , S.D.=0.916) โดยมีการรู้เท่าทันสื่ออันดับแรก ได้แก่ สามารถรับรู้ถึงวัตถุประสงค์แอบแฝง เป็นการล้อเลียนหรือเสียดสีบุคคลในข่าว ( $\bar{X} = 3.440$ , S.D.=0.914) รองลงมาได้แก่ สามารถแยกแยะข่าวสารได้ว่าเป็นข่าวที่นำเสนอข้อมูลทั่วไปหรือเป็นข่าวที่ผู้อ่านชวนเชื่อ ( $\bar{X} = 3.420$ , S.D.=0.915) และอันดับสุดท้าย ได้แก่ แยกแยะได้ว่าข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นมาโดยมีการบิดเบือน ที่มา เนื้อหา แหล่งข่าว ฯลฯ เพื่อหวังผลบางอย่าง ( $\bar{X} = 3.230$ , S.D.=0.919)

#### 4. แสดงข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความแตกต่างการรู้เท่าทันข่าวลวง ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของการรู้เท่าทันข่าวลวง ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ

กลุ่มวัยรุ่น		กลุ่มผู้สูงอายุ		t-test	Sig
$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
3.490	0.913	3.360	0.916	60.026	.000*

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 4 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างการรู้เท่าทันข่าวลวงระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่ากลุ่มวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันข่าวลวง ( $\bar{X} = 3.490$ ) มากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีการรู้เท่าทันข่าวลวง ( $\bar{X} = 3.360$ ) ที่ระดับ (t-test) = 60.026 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05



5. การวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวง  
 ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวง จากตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความบ่อยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง และระดับความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบของข่าวลวง

ตัวแปร	$\beta$	P-value
1.เพศ	.054	.243
2.อายุ	-.018	.707
3.ระดับการศึกษา	.041	.016*
4.อาชีพ	-.054	.842
5. รายได้	.127	.000*
6. ความบ่อยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์	.034	.472
7. เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง	.199	.000*
8. ระดับความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบของข่าวลวง	.235	.000*
<b>Total R<sup>2</sup> (ร้อยละ)</b>	<b>.561</b>	<b>.000*</b>

\* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่  $p < 0.05$

การพยากรณ์ตัวแปรต่างๆ จำนวน 8 ตัวแปรที่มีผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวง จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ตัวแปรที่มีผลการรู้เท่าทันข่าวลวง มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ ระดับการศึกษา (.041) รายได้ (.127) เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง (.199) และระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบของการเขียนข่าวลวง (.235) ค่าคงที่ (t) = 16.499

จากตารางที่ 5 แสดงผลการวิเคราะห์พหุคูณแบบหลายขั้นตอน ได้ดังนี้  
ขั้นที่ 1 ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงสามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยที่มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R2) เท่ากับ .370 แสดงว่า การศึกษาพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันข่าวลวง ได้ร้อยละ 37.00

ขั้นที่ 2 เมื่อเพิ่มตัวพยากรณ์ รายได้ ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เพิ่มเป็น .486 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง และรายได้สามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงได้ร้อยละ 48.60

ขั้นที่ 3 เมื่อเพิ่มตัวพยากรณ์ เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เพิ่มเป็น .552 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง รายได้ และเวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง สามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงได้ร้อยละ 55.20

ขั้นที่ 4 เมื่อเพิ่มตัวพยากรณ์ การศึกษา ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์เพิ่มเป็น .561 สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง รายได้ เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง และการศึกษา สามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันข่าวลวงได้ร้อยละ 56.10

สามารถเขียนค่าสมการพยากรณ์ระดับการรู้เท่าทันต่อข่าวลวง ได้ดังต่อไปนี้  
ระดับการรู้เท่าทันต่อข่าวลวง = 16.499 (ค่าคงที่) + .350 (ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง) + .127 (รายได้) + .191 (เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง) + .041 (การศึกษา)

## อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง “การรู้เท่าทันข่าวลวงในสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงราย” ผู้วิจัยมีประเด็นข้อค้นพบจากผลการวิจัย ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

ระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ โดยมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงอยู่ในระดับปานกลาง และมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงในประเด็นที่สามารถรับรู้ได้จากเว็บไซต์ของแหล่งข่าวและเนื้อหาจากแหล่งข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทิกา หนูสม (2560) ที่ได้อธิบายลักษณะข่าวลวงที่สร้างโดยการปลอมชื่อและรูปแบบของเว็บไซต์ ให้ใกล้เคียงกับสำนักข่าวจริงให้ได้มากที่สุด เมื่อพิจารณาในแต่ละระดับกลุ่มตัวอย่าง มีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง ซึ่งจำเป็นสำหรับผู้บริโภคสื่อหรือข่าวสาร โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรู้เท่าทันข่าวปลอมอย่างเพียงพอ แต่หากพิจารณาถึงแนวโน้มของผู้ใช้งานสื่อออนไลน์ที่มักจะ “เชื่อในสิ่งที่ตนเองเลือกจะเชื่อ” ทั้งข่าวปลอมที่พัฒนารูปแบบอยู่เสมอ และแนวโน้มความเอนเอียงของผู้รับสารเอง ผู้รับสารจึงควรมีความรู้เท่าทันข่าวปลอมและวิจารณ์ญาณในการรับข่าวที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

สำหรับการรู้เท่าทันข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีการรู้เท่าทันข่าวลวงมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ โดยผู้สูงอายุนั้นไม่สามารถวิเคราะห์และแยกแยะข่าวลวงได้ในบางประเด็น สอดคล้องกับงานวิจัยของสรลาลี พุ่มกุมาร (2562) ที่กล่าวว่า ผู้สูงอายุยังขาดสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ ด้านความสามารถในการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมิน และมักถูกหลอกเสนอขายผลิตภัณฑ์ การโฆษณาชวนเชื่อที่ผู้อื่นส่งต่อมาทางสื่อออนไลน์ ตลอดจนการเชื่อแบบไม่มีเหตุผลและไม่มีการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมแม้แต่น้อย ขาดการวิเคราะห์ จึงเป็นเหตุให้ได้รับผลกระทบจากข่าวลวงข่าวหลอกได้ง่าย และยิ่งขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเบื้องหลังการทำงานของสื่อขาดความตระหนักรู้ถึงผลกระทบต่อการเผยแพร่ต่อ ขาดความรู้ ความเข้าใจในธรรมชาติของสื่อออนไลน์ นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของพีระ จิระโสภณ (2559)

ที่กล่าวว่า กลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไป มีการรู้เท่าทันสื่อน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มช่วงอายุอื่น ๆ และยังสังเกตได้ว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่หรือกลุ่มวัยรุ่นนั้นมักจะมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในระดับปัจเจกบุคคลนั้นมีมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ จึงสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มวัยรุ่นนั้นได้รับการศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ รวมไปถึงกลุ่มนักวิชาการที่มุ่งเน้นไปทางด้านการศึกษาและสนับสนุนการรู้เท่าทันสื่อให้เฉพาะกลุ่มเด็กและเยาวชน โดยการยกระดับการให้ความสำคัญมีการเปิดเป็นรายวิชาเฉพาะและสอดแทรกเนื้อหาในรายวิชาที่เกี่ยวข้องทำให้กลุ่มวัยรุ่นรู้เท่าทันสื่อมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุ

ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงต่อกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา รายได้ เวลาการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้ง และระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวง มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ เรื่องของระดับการศึกษาและรายได้ ที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของศตพล อยู่เกิด (2558) และสุขใจ ประเทืองสุข (2549) ที่พบว่า ระดับการศึกษาและรายได้ ของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการรู้เท่าทันสื่อโดยผู้ที่มีความรู้ อยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่ถึง 10,000 บาท/เดือน จะมีผลต่อการตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงกว่า และรายได้สูงกว่า ส่วนในเรื่องของระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบของการเขียนข่าวลวงนั้น เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวง อาจอธิบายได้จากงานวิจัยของ Stanford History Education Group (SHEG) (2018) ได้อธิบายไว้ว่า ความเข้าใจที่ควรจะมีต่อข่าวลวงก่อนที่จะรู้เท่าทันข่าวลวง เพราะถ้าหากขาดความเข้าใจแล้วจะทำให้วัยรุ่นมักถูกหลอกโดยโฆษณาแฝง เวลาอ่านข่าวหรือบทความมักแยกไม่ออกว่าอะไรคือทัศนคติส่วนตัวของผู้เขียนและข้อเท็จจริง และไม่อาจตรวจสอบหรือตรวจทานได้ว่าข้อมูลที่กำลังหาเพื่อนำไปใช้งานต่อนั้นมีที่มาจากไหนกัน นอกจากนี้ ความบ่อยในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยต่อครั้งนั้นก็ยิ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงของกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มผู้สูงอายุ สอดคล้องกับ Mena (2017) หากผู้ใช้งานมีการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ หรือเห็นข่าวปลอมนั้นบ่อย ๆ หรือแม้กระทั่งเคยคลิกเข้าไปดูเนื้อหาที่นั้นเพียงครั้งเดียว ก็จะทำให้เฟซบุ๊กหรือสื่อสังคมออนไลน์นั้น นำเสนอเนื้อหาบนหน้าฟีดที่มีรายการเรื่องราวความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาของผู้ใช้งาน

ซึ่งการเห็นข่าวนั้นซ้ำ ๆ และเป็นข่าวปลอมก็ชวนให้คนเชื่อและกดไลค์ กดแชร์ ทำให้ข่าวปลอมนั้นปรากฏบนฟีดมากกว่าข่าวจริง อาจทำให้ผู้รับสารหลงเชื่อ และส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงในที่สุดนั่นเอง

## ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายทั่วไป

1. เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยของผู้สูงอายุต่อการรู้เท่าทันข่าวลวงอยู่ในระดับปานกลาง และผู้สูงอายุมีระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงน้อยกว่ากลุ่มวัยรุ่น อาจจะทำให้ผู้สูงอายุยังมีการรู้เท่าทันข่าวลวงยังไม่เพียงพอ จึงอาจจะตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในผลประโยชน์ในทางที่ไม่ถูกต้อง จึงควรมีการให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวลวงเพื่อเสริมสร้างการรู้เท่าทันต่อข่าวลวงให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุ

2. จากผลการวิจัยระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบของการเขียนข่าวลวงส่งผลกระทบต่อระดับการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวง ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้กลุ่มตัวอย่าง ทั้งกลุ่มวัยรุ่น และกลุ่มผู้สูงอายุมีความเข้าใจพื้นฐานในลักษณะของรูปแบบของการเขียนข่าวลวงเพื่อนำไปสู่การรู้เท่าทันสื่อข่าวลวง

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงส่งผลต่อการรู้เท่าทันข่าวลวง ดังนั้นอาจจะมีกรวิจัยเรื่องการระดับความเข้าใจลักษณะรูปแบบการเขียนข่าวลวงในสื่ออื่นๆ ที่เฉพาะเจาะจงลงไป เช่น ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นต้น เพื่อช่วยให้เห็นถึงสถานภาพการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และการรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงของแต่ละประเภทได้อย่างรอบด้าน

2. งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการเก็บข้อมูล ประชากรที่มีความแตกต่างทางด้านพื้นที่ ผู้สูงอายุ กลุ่มวัยรุ่นที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ภาคอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงอาจจะมีการวิเคราะห์การรู้เท่าทันสื่อข่าวลวงกับกลุ่มที่เป็นนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษา หรือมัธยมศึกษา เป็นต้น

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- กองบรรณาธิการจุดสารราชดำเนิน. (2560). *เฟค นิวส์ (Fake News) วัชพืชแห่งวารสารศาสตร์[จุดสาร]*. กรุงเทพฯ: สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2563). *จำนวนประชากรในพื้นที่จังหวัดเชียงราย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2563, จาก <http://www.dop.go.th>.
- ณภัชชา นิลแก้ว และคณะ. (2561). *Fake News วิกฤตศรัทธาต่อองค์กรสื่อ*. ใน การสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง Fake News วิกฤตการสื่อสารในยุคดิจิทัล (หน้า 1-7). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- นันทิกา หนูสม. (2560). *ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร: นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ*.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ. (2554). *มุมมองของนักศึกษานิเทศศาสตร์ต่อการรู้เท่าทันสื่อโซเชียลมีเดีย*. ในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประจำปี 2555 (หน้า 3-16). ปทุมธานี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และขจรจิต บุณนาค. (2557). *พฤติกรรมการบริโภคข่าวผ่านสื่อเฟซบุ๊กของคนต่างวัยในสังคมไทย*. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 8, 230-247.
- พิน พัฒนา. (2560). *รู้เขารู้เราแต่เต็มใจให้หลอก รู้จัก 'Fake News' ข่าวปลอมออนไลน์ที่เราซักเจอจริงบ่อยขึ้นทุกวัน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2563, จาก <http://www.kmutt.ac.th/organization/ssc334/asset5.html>.
- พิชิต วิจิตรบุญรักษาณ. (2554). *สื่อสังคมออนไลน์ : สื่อแห่งอนาคต*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563, จาก [https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/oct\\_dec\\_11/pdf/aw016.pdf](https://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_11/pdf/aw016.pdf).
- พีระ จิระโสภณ. (2559). *การรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัลกับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติการสื่อสารในสังคมไทย*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย.

- โพสท์ทูเดย์. (2559). *เฟซบุ๊กกรุกข่าวปลอม*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2564, จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/470648>
- มติชนออนไลน์. (2563). *การแชร์ข่าวปลอมของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงราย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563, จาก <https://mgronline.com/local/detail/9630000133100>.
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า และมินตรา สดชื่น. (2560). *รูปแบบการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของผู้สูงอายุในสังคมไทย กรณีศึกษาเขตกรุงเทพมหานคร*. การประชุมวิชาการนานาชาติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 8 ,นนทบุรี.
- ศตพล อยู่เกิด. (2558). *ทัศนคติ พฤติกรรม และการรู้เท่าทันการใช้แอปพลิเคชันไลน์ของกลุ่มวัยเบบี้บูมเมอร์*. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.กรุงเทพฯ
- ศิวัช จันทราสุภาภรณ์. (2554). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ*. ภาควิชาเอกระบบสารสนเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี.
- ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมประเทศไทย. (2563). *การรักษาโรคมะเร็งด้วยน้ำมะนาวโซดา*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2563, จาก <https://www.antifakenewscenter.com>.
- สรลาลี พุ่มกุมาร. (2562). *การใช้สื่อใหม่เพื่อนันทการด้านกีฬาฟุตบอลกับการรับรู้สภาวะ ความสัมพันธ์ทางสังคมและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาแฟนบอลสโมสรชลบุรีเอฟซี*. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต : กรุงเทพฯ.
- สุขใจ ประเทืองสุข. (2549). *“การรับรู้ของคนไทยเกี่ยวกับความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในยุคโลกาภิวัตน์”*. สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สุพิมพรรณ เม็งขาว. (2554). *พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและการซื้อนิตยสารบันเทิงของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

## ภาษาอังกฤษ

- Electronic Transactions Development Agency. (2018). *Thailand Internet User Profile 2018*. Retrieved April 18, 2019, from <https://www.eta.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2018.html>
- Desai, S., Mooney, H., & Oehrli, J. A. (2017). *"Fake News," Lies and Propaganda: How to Sort Fact from Fiction*. Retrieved April 18, 2019, from <http://guides.lib.umich.edu/fakenews>.
- Mena, P. (2017). *Why People Share Fake News*. Retrieved from <https://www.jou.ufl.edu/insights/peopleshare-fake-news/>.
- Nurse, M. (2016). *Fake News and Other Types of Misinformation Defined*. Retrieved April 18, 2019, from <http://communicationscience.org.au/fake-news-and-other-forms-ofmisinformation-defined/>.
- Stanford History Education Group. (SHEG). (2018). Retrieved April 18, 2019, from <https://sheg.stanford.edu/>.
- Sunny walker. (2017). *It Concluded the Problem of Fake News was so Severe that Social Companies had to go Back and Dismantle their Own Rethink Policies*. Retrieved January 5, 2019, from <https://www.blognone.com/node/96867>.
- The European Association for Viewers Interests (2016). *Infographic: Beyond FakeNews – 10 Types of Misleading News*. Retrieved January 5, 2019, from <https://eavi.eu/beyondfake-news-10-types-misleading-info/>.
- Wardle, C. (2017). *Fake news. It's complicated*. Retrieved January 7, 2019, from <https://firstdraftnews.org/fake-news-complicated/>.