

ข่าวปลอมหรือไม่...ดูอย่างไร (ตอนที่ 3)

นิตยาภรณ์ หิรัญนิรมล

รักษาการผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์

ในตอนที 3 นี้ เราจะมาดูกันว่า ข่าวปลอมหรือข่าวที่ไม่น่าเชื่อถือ มีลักษณะที่สังเกตได้ ในเบื้องต้นอย่างไรบ้าง

หากท่านได้รับการแชร์ข้อความที่มีลักษณะดังต่อไปนี้ ให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าเป็น “ข่าวปลอม” “ไม่น่าเชื่อถือ” หรือ “ควรตรวจสอบ”

1. ข้อมูลเลื่อนลอยไม่มีลิงก์ข่าวที่มาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือเพื่อยืนยันข้อมูล มักมีการโน้มน้าว ให้เชื่อข้อมูลดังกล่าว โดยอ้างข้อมูลต่างๆ มากมาย หรืออาจบอกแหล่งข่าวแต่ไม่ชัดเจน เช่น หมอจากโรงพยาบาล... แจ้งว่า...แต่ไม่บอกชื่อ-นามสกุลของหมอ ที่สำคัญไม่มีลิงก์ว่าเอาข้อมูลมาจากไหน ข้อมูลแบบนี้ใครเขียนขึ้นมาก็ได้ คนเขียนไม่ต้องรับผิดชอบใดๆ เพราะไม่ระบุตัวผู้เขียน และเมื่อแชร์กันหลายๆ ทอด ข้อมูลก็อาจผิดเพี้ยนเพราะสามารถแต่งเติมข้อความได้ตลอดเวลา ความน่าเชื่อถือจึงไม่มีเลย

กรณีที่มีการแนบลิงก์ข่าว ถ้าสงสัยเราต้องคลิกเข้าไปดูด้วยว่าลิงก์นั้นมาจากไหน ลิงก์ที่น่าเชื่อถือที่สุดเป็นลิงก์จากหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องนั้นโดยตรง เช่น เรื่องอาหารหรือยา ก็มีลิงก์ข่าวจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เรื่องมาตรการช่วยเหลือเยียวยาผู้ประกอบการ ที่ได้รับผลกระทบจากโควิดก็มีลิงก์ข่าวจากเว็บไซต์ของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง หรือหน่วยราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น แต่ส่วนมากหน่วยราชการมักจะทำงานไม่ทันใจสื่อมวลชนซึ่งต้องแข่งกันนำเสนอข่าวให้รวดเร็วเพื่อสนองความต้องการของประชาชน ขณะที่หน่วยราชการจะมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่ ในหลายขั้นตอน เพื่อป้องกันความผิดพลาด ดังนั้น เมื่อได้รับข้อความควรตรวจสอบว่า ข้อความที่แชร์กันมามีลิงก์ข่าวจากสำนักข่าวที่น่าเชื่อถือเพียงพอหรือไม่

เช่น ถ้าเป็นของรัฐ ได้แก่ กรมประชาสัมพันธ์ อสทท. TPBS หรือเอกชน เช่น ช่อง 3 ช่อง 7 ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน โปสตัดูเคย์ เนชั่น รวมถึงเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ของสำนักข่าวต่างๆ ทั้งเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ ที่ขยายออกไปหลายแพลตฟอร์ม เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

เนื่องจากสื่อเหล่านี้ ทำงานตามวิชาชีพ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางคอยสอบถามหน่วยราชการเกี่ยวกับข้อสงสัยต่างๆ ของประชาชนในเรื่องที่สำคัญ แล้วมาเผยแพร่อีกที ซึ่งสื่อจะอ้างแหล่งข่าวที่ชัดเจนเช่น “นาย....อธิบดีกรม....เปิดเผยว่า” เพื่อให้รู้ว่าสื่อไม่ได้เขียนเอง แต่มีผู้ให้ข้อมูล เว้นแต่ผู้ให้ข้อมูลไม่ขอยืนยันตัวตน ด้วยเหตุผลต่างๆ สื่อจะใช้คำว่า “แหล่งข่าวจากกระทรวง....” แจ้งว่า หรือ “มีรายงานว่า.....” แต่จะทำให้ความน่าเชื่อถือของเรื่องนั้นลดลง และผู้อ่านต้องคอยติดตามว่าข่าวนั้นจะเกิดขึ้นจริงหรือไม่ เพราะบางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายที่สูงขึ้นไปก็ได้

สรุปว่าถ้ามีลิงก์ข้อมูลหรือแคปหน้าจอจากสำนักข่าวที่เป็นมืออาชีพดังกล่าว ก็จัดว่าข้อมูลนั้นมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ

อย่างไรก็ตาม หากสงสัยอาจเข้าไปดูลิงก์ที่แนบ บางทีอาจเป็นลิงก์เก่าที่เหตุการณ์ผ่านมาหลายปีและเรื่องนั้นจบไปแล้ว แต่มีการโปรยหัวให้คนเข้าใจว่าเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้คนเข้าใจผิดหรือเกิดความตื่นตระหนก ถ้าไม่แน่ใจก็ควรคลิกเข้าไปดูวันที่ในลิงก์ข่าวอีกครั้ง ซึ่งมักจะใช้ตัวอักษรที่เล็กมาก อาจต้องใช้ความพยายามสักหน่อย และคนทั่วไปก็มักไม่มีเวลามาค้นถึงขนาดนั้น

บางครั้งมีลิงก์แนบอาจเป็นลิงก์ที่มาจากเฟซบุ๊กส่วนตัว ไม่ใช่ลิงก์ข่าวที่จะนำเสนอเฉพาะข้อเท็จจริง เมื่อเป็นเฟซบุ๊กส่วนตัวก็ขึ้นกับว่าบุคคลนั้นมีความน่าเชื่อถือเพียงใด เป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นหรือไม่ รวมถึงต้องดูด้วยว่าข้อความที่เขาโพสต์มีความน่าเชื่อถือแค่ไหน มีความเป็นเหตุเป็นผลเพียงพอหรือไม่ อ้างอิงแหล่งข้อมูลจากที่ใด หรือเป็นความเห็นส่วนตัว ซึ่งบางครั้งอาจมีความเห็นปะปนกับข้อเท็จจริงที่ยกมาบางส่วน เพื่อให้ผู้อ่านคล้อยตาม ถ้าไม่แน่ใจอาจต้องไปเสิร์ชข้อมูลที่เขอ้างอิงเพื่อดูว่าข้อเท็จจริงเป็นอย่างไรกันแน่ แต่เชื่อว่าคนส่วนใหญ่ อาจไม่มีเวลาติดตามสืบค้นข้อเท็จจริงขนาดนั้น ส่วนใหญ่ก็จะอ่านผ่านๆ ไป นอกจากคนที่สนใจประเด็นนั้นจริงๆ

มีข้อความอีกประเภทที่ชอบแชร์กัน คือมีการโปรยหัวที่บิดเบือนไปจากลิงค์ที่แนบหรือจะเรียกว่า “เนื้อหาไม่ตรงปก” ก็ได้ เพราะคนส่วนใหญ่ไม่สนใจจะตรวจสอบ จึงมีคนฉวยโอกาสนี้บิดเบือนข้อมูลให้เกิดการเข้าใจผิด โดยใส่สื่อดีๆเพิ่มเข้าไปแต่แนบลิงก์ให้ดูน่าเชื่อถือ แต่พอคลิกเข้าไปอ่านในลิงค์จริงๆ กลับพบว่าข้อมูลไม่เป็นไปตามที่โปรยไว้

2. ข้อความที่มีการโน้มน้าวให้เชื่อมากเกินไป โดยมักใช้ความเห็น หรือความรู้สึกมากกว่าข้อเท็จจริง มีการยกแม่น้ำทั้งห้า เอาข้อมูลต่างๆ มาผสมปนเปกับความเห็น และมักจะลงท้ายว่าขอให้แชร์ข้อมูลเหล่านี้ไปมากๆ หากไม่แชร์จะเกิดความเสียหายต่างๆ นานา หรือเราจะได้รับความเดือดร้อน อย่างนั้นอย่างนี้ บางข้อความก็น่าสนใจดี แต่พอลงท้ายว่าขอให้แชร์ไปมากๆ หากไม่แชร์จะมีอันเป็นไป คุณค่าของข้อความนั้น อาจหายไปทันที

3. ใช้ภาษาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง (Hate Speech) เช่น ใช้คำหยาบคาย หรือภาษาที่มีลักษณะยุยง ส่อเสียด โดยมากมักเป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ไม่ว่าจะมาจากฝ่ายใด หากพบข้อความดังกล่าว พึงใช้สติและหลีกเลี่ยงการแชร์จะดีกว่า โดยส่วนตัว ผู้เขียนมองว่าความนิยมทางการเมืองเป็นเรื่องส่วนบุคคล แต่การแชร์ข้อความที่เป็นการใส่ร้าย ยุยงให้เกิดความเกลียดชังก็เท่ากับส่งต่อความเกลียดชังให้ขยายวงออกไป ซึ่งจะก่อให้เกิดความขัดแย้งกับคนที่เห็นต่าง หากไม่คุ้มอารมณ์ให้ดี อาจกลายเป็นความบาดหมางในหมู่เพื่อนฝูงได้

4. ข้อความที่ขาดความเป็นเหตุเป็นผล หรือตรรกะไม่ได้ เช่นในห้วงเวลาที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 เกิดข่าวลือมากมาย เพราะข่าวลือมาพร้อมกับความกลัวและความตื่นตระหนกของคน มีข่าวลือหลายอย่างที่แชร์กันว่าทำอย่างนั้นอย่างนี้ จะรักษาโควิดได้ เช่นกินสมุนไพรมันน้ำอุ่น ยืนตากแดดนานๆ เป็นต้น หรือกระทั่งมีการแชร์ว่ามีประเทศหนึ่งปล่อยสิงโตให้ออกมาทำร้ายคนที่ไม่เชื่อฟังรัฐบาลที่สั่งให้คนอยู่แต่ในบ้านเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เป็นต้น ข้อความเหล่านี้ หากท่านดูจากเหตุผล ขอให้สงสัยไว้ก่อนว่าเป็นได้หรือไม่ เช่น ถ้าการรักษาโควิดง่ายขนาดนั้น คงไม่จำเป็นต้องรอวัคซีน หรือ ปล่อยสิงโตกันคนออกมาจากบ้าน เป็นไปได้หรือไม่

ดังนั้นหากพบข้อความดังกล่าว ให้ตั้งข้อสงสัยไว้ก่อนว่าไม่น่าเชื่อถือ และควรตรวจสอบ/สืบค้นข้อมูลก่อนว่าจริงหรือไม่

ผลวิจัยจากโครงการคอนเนคเต็ด โลก พบว่าคนไทยถึง 40% เชื่อถือข้อมูลที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ และเป็นตัวเลขที่สูงที่สุดในภูมิภาค และยังพบอีกว่ากลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้สูงอายุ แคร่ขาวพลอมมากที่สุด นอกจากนี้ บริษัทวิจัย YouGov ที่ได้ทำการวิจัยพฤติกรรม ของผู้ใช้งาน Facebook ในสหรัฐ พบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กที่อายุ 65 ปีขึ้นไป แคร่รับทความข่าวพลอมมากกว่ากลุ่มคนวัย 45-65 ปี ไม่ต่ำกว่า 2 เท่า และมากกว่า กลุ่มวัย 18-29 ปี เกือบ 7 เท่า เนื่องจากคนกลุ่มนี้เพิ่งเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ตอนอายุมากแล้ว จึงขาดทักษะเรื่องความเท่าทันสื่อ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพราะไม่คิดว่าภาพ เสียงและวิดีโอสมัยนี้ตัดต่อให้ดูเหมือนจริงได้ จึงเชื่อว่าข้อมูลที่แชร์กันในสื่อโซเชียล ผ่านการกลั่นกรองมาแล้ว

สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ข่าวพลอมระบาดมากในหมู่คนไทย เพราะคนไทยไม่ชอบตรวจสอบข้อมูล โดยมีผลสำรวจออกมาแล้วว่าคนไทยนิยมใช้โทรศัพท์มือถือเพื่อใช้โซเชียลมีเดีย ซื้อของและทำธุรกรรมทางการเงิน กันมาก แต่ไม่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือเข้าดูข้อมูลจากเว็บไซต์ข่าวต่างๆ ทั้งที่เว็บไซต์ข่าวมีความน่าเชื่อถือมากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์ แต่ถึงกระนั้น ก็ยังต้องตรวจสอบว่าเว็บไซต์นั้นเป็นเว็บไซต์ของใครหรือหน่วยงานใด มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก น่าเชื่อถือเพียงพอหรือไม่

สรุปว่าเมื่อได้รับการแชร์ข้อมูลอะไร ต่อไปนี้จะไม่กดแชร์โดยอัตโนมัติอีกต่อไป แต่จะพิจารณาให้ดีก่อนส่งต่อ หรือส่งเข้ามาเพื่อให้เพื่อนๆ ช่วยกันตรวจสอบว่าข้อความนั้น จริงหรือไม่ แต่หากท่านไม่สามารถสืบค้นเองได้ ท่านจะอย่างไร คราวหน้าจะไปดูกันว่ามีช่องทางใดบ้าง

.....

เอกสารอ้างอิง

สรานนท์ อินทนนท์. 2562 **รู้เท่าทันข่าว (News Literacy)** {ระบบออนไลน์}. แหล่งที่มา

[https://resourcecenter.thaihealth.or.th/files/90/%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%20\(News%20Literacy\).pdf](https://resourcecenter.thaihealth.or.th/files/90/%E0%B8%A3%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%82%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A7%20(News%20Literacy).pdf) (26 มีนาคม 2564)