

ยุทธศาสตร์ภูมิคุ้มกันด้านการรับรู้สื่อ : ความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์¹

Immune Strategy in Media Perception : Belief and Transmission in Online Media¹

ประมา ศาสตระจุติ^{2*} (Prama Sastraruji)^{2*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์ และเพื่อแสวงหาแนวทางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูลเพื่อแสวงหาวิธีการในการสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีต่อประชาชนในความเชื่อและส่งต่อข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลที่สาม การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ด้วยกระบวนการแบบการสำรวจเป็นลำดับ (Exploratory Sequential Design) ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกประชาชน 3 กลุ่ม พบว่า ข้อมูลที่ได้รับจะมีความน่าเชื่อถือหากมีลักษณะของความสมเหตุสมผลในเชิงตรรกเป็นเบื้องต้น ส่วนที่ทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันคือระดับชั้นความลึกของแหล่งข่าว วัยรุ่นจะเชื่อถือข้อมูลโดยไม่จำเป็นต้องทราบแหล่งข่าว ในขณะที่กลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มผู้สูงวัยที่มีการศึกษาจะเชื่อก็ต่อเมื่อทราบแหล่งอ้างอิงในระดับที่สูงขึ้นมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยรุ่นมีความเชื่อว่าข่าวสารที่ส่งออกไปสร้างความสนใจและการยอมรับของกลุ่ม คนวัยทำงานจะเริ่ม

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์ภูมิคุ้มกันด้านการรับรู้สื่อ : การเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์”

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาการจัดการธุรกิจไซเบอร์ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร 10110, อีเมล : ppeekkk@yahoo.com

¹This article submitted in partial of the research project entitled “Strategic and immunity in media perception : Belief and transmission in online media”

² Asst. Prof. Dr., Cyber Business Management, College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University, Bangkok, 10110, E-mail : ppeekkk@yahoo.com

*Corresponding author : E-mail address : ppeekkk@yahoo.com

(Received : July 9, 2018 ; Revised : January 19, 2019 ; Accepted : February 7, 2019)

มีความระมัดระวังมากขึ้นโดยข่าวสารที่จะส่งต่อจะมีลักษณะเชิงความปรารถนาดี ส่วนกลุ่มผู้สูงวัยนั้นจะส่งต่อข้อมูลข่าวสารโดยมีเป้าหมายหลักในการกระจายข่าวสารนั้นไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ตนเองรู้จัก

การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ พบว่า การศึกษาความเห็นและพฤติกรรมของประชาชนเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง พฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของประชาชน ด้านความเชื่อถือเป็นกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร อยู่ในระดับมาก รองลงมา ด้านพฤติกรรมความเชื่อข้อมูลข่าวสาร ด้านปฏิสัมพันธ์หลังจากส่งต่อข้อมูล ด้านความรู้สึกในการส่งต่อข้อมูล ด้านความเชื่อต่อผลกระทบจากข้อมูลข่าวสารในบุคคลอื่น ด้านคุณค่าของการส่งต่อข้อมูล ด้านปฏิสัมพันธ์ต่อข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ

คำสำคัญ : ยุทธศาสตร์ภูมิคุ้มกัน, การรับรู้สื่อ, ความเชื่อ, สื่อออนไลน์

Abstract

Aims of this research are to study factors affected belief and transmission in online media and to explore the direction on the giving of knowledge and the making of understanding on the effect of transmission in online media by using mixed methodology for exploring the said direction. This research consists of three main methodologies; the qualitative and the quantitative research for studying patterns affected belief and transmission in online media and the exploration of suitable direction.

From the qualitative research, researcher collected data by interviewing in depth with people resided in Bangkok in three aged groups. It was found that factors affecting believing and forwarding information on online media are the logic of information. Factor which three group of interviewee see differently is the layer of the source, teenagers tend to believe information without source while workers and educated seniors tend to believe information with the source.

Teenager tend to forward the information aiming on the making of public interest and group acceptance while workers are more careful on forwarding the information and always forward the information in the well wish style. Senior will forward the information aiming on dissemination to familiar person.

From the quantitative research, it was found that data giver's comment and behavior concerning the reliability of the information are at the moderate level. Behavior on forwarding the information will rely on the trust in rules and law on the forwarding of information at the highest level while the reliability of source, the interaction after forwarding information, the emotion after forwarding information, the believing on the effect of information to other person, the value of information and the interaction between information and online media are at the moderate level respectively.

Keywords : Immune Strategy, Media Perception, Believing, Online Media

ความเป็นมาของปัญหา

ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบโดยมีการวางแผนและเร่งรัฐพัฒนาหน่วยงานและการศึกษาเพื่อตอบสนองนโยบายการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ของรัฐบาล โดยคณะรัฐมนตรีได้ให้เห็นชอบแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จากกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2559 เนื่องจากเล็งเห็นว่า เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสนับสนุนการทำงานเช่นที่ผ่านมาอีกต่อไป แต่หลอมรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน และจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งในการนำพาประเทศไปสู่ความเจริญก้าวหน้า โดยแผนดังกล่าวยังมองว่าการพัฒนาศักยภาพของคนในประเทศทั้งบุคลากรด้านเทคโนโลยี บุคลากรที่ทำงานในภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ รวมถึงคนทั่วไปจะต้องชาญฉลาด รู้เท่าทันสื่อ เท่าทันโลก สื่อใหม่ (New Media) หรือสื่อดิจิทัลจึงกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนทั่วไปจนแทบจะจินตนาการไม่ได้ว่าชีวิตที่ขาดกูเกิล (google) วิกี-พีเดีย (Wikipedia) ยูทูบ (YouTube)

เฟซบุ๊ก (Facebook) และอีเมล (e-mail) นั้น ในเมื่อสื่อใหม่ เป็นทั้งสังคมเทคโนโลยี เป็นสื่อบนพื้นที่สาธารณะหรือเป็นพื้นที่ส่วนตัว (ณรงค์ศักดิ์ ศรีพานันท์, 2555 : 128) รัฐบาลจึงได้มีการออกกฎหมายเกี่ยวกับสื่อใหม่ มากมาย อาทิ พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2540 เพื่อเตรียมรองรับความเจริญก้าวหน้าของสื่อใหม่และการใช้สื่อใหม่เหล่านั้น

ในปัจจุบันคนไทยกว่า 35 ล้านคน หรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของประเทศสามารถเข้าสู่เทคโนโลยีสารสนเทศและใช้สื่อใหม่เหล่านี้ในการติดต่อสื่อสาร โปรแกรมทางด้านการติดต่อสื่อสารเป็นที่รู้จักแพร่หลายและถูกใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้นทั้งในรูปแบบการติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เชิงพาณิชย์ เช่นการโฆษณาและการขายสินค้าและบริการ จากการประมาณการ พบว่า ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการที่เป็นประชาชนไทยที่เข้าเป็นสมาชิก เฟซบุ๊ก (Facebook) มากกว่า 20 ล้านบัญชี ทวิตเตอร์ (twitter) มากกว่า 2 ล้านบัญชี อินสตาแกรม (Instagram) มากกว่า 1 ล้านบัญชี ซึ่งเหล่านี้ยังไม่รวมถึงโปรแกรมประยุกต์ประเภทการสื่อสารแบบบุคคลต่อบุคคลหรือในกลุ่มปิด เช่น แอปพลิเคชันไลน์ (line) ที่ปัจจุบันมีคนไทยเป็นสมาชิกไม่ต่ำกว่า 15 ล้านบัญชี ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงจะมีจำนวนประชาชนเป็นสมาชิกไม่เท่ากับจำนวนที่ลงทะเบียนไว้ เนื่องจากในบุคคลคนหนึ่งอาจมีหลายบัญชี แต่ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องรวมทั้งเรื่องมีที่ในการสื่อสารได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบ เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกและโปรแกรมใหม่ๆ ขึ้นทุกวัน การสื่อสารผ่านโปรแกรมเหล่านี้จึงไม่ได้จำกัดอยู่แต่เพียงเครื่องคอมพิวเตอร์เหมือนเมื่อสิบกว่าปีที่ผ่านมา แต่กลับกลายมาอยู่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถพกพาและสื่อสารกันได้เกือบตลอดเวลาอย่างไม่มีความหยุด

การเข้าถึงสื่อดิจิทัลและการใช้สื่อดิจิทัลที่เพิ่มมากขึ้น เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารด้วยตนเองเพิ่มมากขึ้น ทั้งในรูปแบบข้อความ ภาพ วิดีโอ คลิป รวมทั้งสามารถสร้างหรือผลิตสื่อเหล่านี้ด้วยตนเองได้ง่ายขึ้น (Rojecki & Meraz, 2016) ในทุกวันนี้เราจึงได้เห็นข่าวสารใหม่ๆ จากแอมูมที่หลากหลายเผยแพร่ออกมาในสังคม มีการส่งข้อความต่อๆ กันไป ทั้งแบบที่เป็นธรรมชาติและแบบที่ถูกสร้างขึ้น ด้วยกระบวนการทางการตลาดในเครือข่ายสื่อสังคม จนบ่อยครั้งไม่สามารถแยกได้ออกว่า ข่าวสาร ข้อความ รูปแบบ หรือวิดีโอชิ้นใด เป็นของจริง ชิ้นใดเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์หรือเพื่อให้เกิดความปั่นป่วนโดยหวังผลอื่นๆ ตามมา (Zhao, Resnick

& Mei, 2015) ตลอดช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาสังคมไทยต้องเผชิญกับการเผยแพร่ข่าวสารออกมาทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั้งข่าวที่สร้างกระแสและก่อให้เกิดผลกระทบโดยขาดการพิจารณาอย่างถี่ถ้วน

ทางแก้หลักของรัฐคือการใช้กฎหมาย โดย พ.ร.บ. ว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2540 มาตรา 40 ที่ห้ามนำเข้าข้อมูลอันเป็นเท็จที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น หรือประชาชน ข้อมูลอันเป็นเท็จที่กระทบต่อความมั่นคงของชาติหรือทำให้เกิดความตื่นตระหนกกับประชาชน ข้อมูลที่ผิดกฎหมายว่าด้วยความมั่นคงและก่อการร้าย และข้อมูลที่เป็นเรื่องลามกอนาจาร โดยจะมีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่กฎหมายเหล่านั้นก็ไม่อาจปิดกั้นพฤติกรรมการเชื่อและส่งต่อข้อมูลข่าวสารในสื่อออนไลน์ของผู้ใช้เลย

ผู้วิจัยในฐานะคนทำงานด้านสื่อและได้มีโอกาสเข้าร่วมในการศึกษาวิชาด้านความมั่นคงของประเทศ จึงเล็งเห็นว่าหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานด้านความมั่นคง ควรร่วมมือเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในการรับรู้ข้อมูลและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารของภาคประชาชน เพื่อให้ประชาชนชาวไทยเป็นประชาชนที่มีคุณภาพและส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุคประเทศไทย 4.0 ได้อย่างมีคุณภาพ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ยุทธศาสตร์ภูมิคุ้มกันด้านการรับรู้สื่อ : ความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์” ในครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์ ตามหลักการทฤษฎีรวมทั้งการศึกษาพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งจะได้นำผลจากการศึกษาวิเคราะห์ดังกล่าวมาพิจารณาสร้างรูปแบบกลยุทธ์ในการสร้างภูมิคุ้มกันในการเผยแพร่ข้อมูล ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

Buckingham and others (2005) และ Livingstone and others (2007) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อว่ามีดังนี้ อายุ (Age) สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status : SES) เพศ (Gender) ความพิการหรือการไร้ความสามารถ (Disability) และการออกแบบของเทคโนโลยีและเนื้อหา (Design) การศึกษาผู้ใหญ่ (Adult Education) ความตระหนักของผู้บริโภค (Consumer Awareness)

คุณค่าที่รับรู้ได้ (Perceived Value) ความสามารถในการโน้มน้าว (Self-Efficacy) เครือข่ายทางสังคม (Social Networks) ส่วนประกอบทางครอบครัว (Family Composition) และสถานที่ทำงาน (Work) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Stakeholders)

Potter (2005) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ คือ ประสบการณ์ ได้แก่ ประสบการณ์เกี่ยวกับสื่อและโลกของความจริงและขณะที่เปิดรับข่าวสารนั้นต้องมีการประยุกต์ใช้ทักษะต่าง ๆ ด้วยนอกจากนี้วุฒิภาวะจะนำไปสู่ความพร้อมในการเข้าใจว่าสามารถพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างไร

2. แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับข่าวลือ

วรนาถ แสงมณี (2544 : 10-16) กล่าวว่า ข่าวลือเป็นระบบการติดต่อสื่อสารขององค์กรซึ่งเกิดขึ้นอย่างไม่เป็นทางการหรือบางแห่งเปรียบเทียบกับ เป็นการติดต่อสื่อสารที่มีลักษณะของการกระจายข้อมูลคล้ายพวงอุ้งหรือ Grapevine ลักษณะของการติดต่อสื่อสารเช่นนี้คือ

- มีการส่งผ่านข้อความจากแหล่งหนึ่งไปยังอีกแหล่งหนึ่งได้อย่างรวดเร็ว
- มีการติดต่อสื่อสารด้วยวาจา
- มีการจัดการหรือมุ่งเน้นกับเหตุการณ์ที่ผิดปกติ
- เป็นเรื่องเกี่ยวกับบุคคลมากกว่าประเด็นอื่น ๆ
- มักมีการสร้างข่าวลือขึ้นมาโดยเฉพาะในระดับล่างพนักงาน
- ใช้สนใจและกระตุ้นผู้ปฏิบัติงานในเรื่องหนึ่งเรื่องใดหรือโยงไปสู่เรื่องอื่น ๆ ที่มีเป้าหมายเบื้องหลัง

Davis and Newstrom (อ้างถึงในวรนาถ, 2544 : 10-16) ได้อธิบายเกี่ยวกับข่าวลือว่า ข่าวลือเกิดจากการที่คนมีปฏิริยาทางสังคมระหว่างกัน ข่าวลือเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอนมีการเปลี่ยนแปลงและผันแปรไปตามบุคคลข่าวลือเป็นการจูงใจให้มีการติดต่อสื่อสารกัน ทำให้คนมีอิสระในการพูดจากความหมายต่างๆ เหล่านี้พอสรุปได้ว่า ข่าวลือ หมายถึง เรื่องในทางบวกและทางลบภายในองค์กรนั้น ซึ่งจะเป็นเรื่องราวที่ไม่ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริง รวมทั้งเป็นเรื่องที่ไม่มีหลักฐาน แหล่งต้นตอของข้อมูลเด่นชัดและพิสูจน์ไม่ได้

3. จิตวิทยาเพื่อการสื่อสาร

จิตวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ ดังนั้นผู้ศึกษาวิชาจิตวิทยาจึงสามารถนำเอาความรู้ไปใช้ได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวและสถานที่ทำงาน ตลอดจนมีความสำคัญต่อการประกอบอาชีพต่างๆ ทั้งนี้เพราะหลักการทางจิตวิทยาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับงานต่างๆ มากมาย ความสำคัญและคุณค่าของวิชาจิตวิทยา เกี่ยวข้องกับชีวิตมนุษย์ในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ (ปราณี รามสูตร, 2542 : 4-5)

3.1 จิตวิทยาช่วยให้ผู้ศึกษาเกิดความเข้าใจตนเอง โดยธรรมชาติของมนุษย์นั้นมักให้ความสนใจตนเองมากกว่าผู้อื่นและอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับตนเอง การศึกษาจิตวิทยาซึ่งให้คำตอบเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ในแง่มุมต่างๆ จึงช่วยให้ผู้ศึกษานำไปเปรียบเทียบกับตนเองและเกิดความเข้าใจตนเองไปด้วย

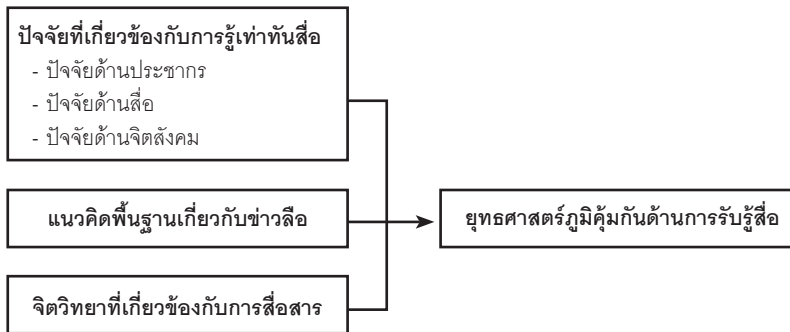
3.2 จิตวิทยาช่วยให้ผู้ศึกษาเกิดความเข้าใจผู้อื่น ศาสตร์ทางจิตวิทยาซึ่งเป็นข้อสรุปธรรมชาติพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ นอกจากช่วยให้ผู้ศึกษาเกิดความเข้าใจพฤติกรรมของบุคคลทั่วไปแล้ว ยังเป็นแนวทางให้เข้าใจพฤติกรรมของผู้ที่อยู่แวดล้อมด้วยอันอาจจะเป็นบุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน กลุ่มบุคคลภายนอก

3.3 จิตวิทยาช่วยให้ได้แนวทางในการวางกฎเกณฑ์ทางสังคม เช่น กฎหมายบ้านเมือง ระเบียบปฏิบัติบางประการ มักเกิดขึ้นหรือถูกยกวางขึ้น โดยอาศัยพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติพฤติกรรมของมนุษย์

3.4 จิตวิทยาช่วยบรรเทาปัญหาพฤติกรรม และปัญหาสังคม ความรู้ทางจิตวิทยาในบางแง่มุมช่วยให้ผู้ศึกษาเกิดความเข้าใจในอิทธิพลของสิ่งเร้า และสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการหล่อหลอมบุคลิกภาพบางลักษณะ

3.5 จิตวิทยาช่วยส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิต ความรู้ทางจิตวิทยาที่ว่าด้วยการเลี้ยงดูในวัยเด็กอันมีผลต่อบุคคล เมื่อเจริญเติบโตเป็นผู้ใหญ่ส่งผลให้เกิดความพยายาม ในการสร้างรูปแบบการเลี้ยงดูที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างพัฒนาคนทั้งกาย อารมณ์ สังคมและสติปัญญา เพื่อให้ได้คนดีมีประสิทธิภาพ หรือคนที่มีคุณลักษณะอันพึงปรารถนาของสังคมนั้นๆ และจิตวิทยายังช่วยให้ผู้ศึกษารับรู้โดยเร็ว เกี่ยวกับสัญญาณเตือนภัยในพฤติกรรมผิดปกติต่างๆ อันนำไปสู่การแก้ปัญหาและป้องกันปัญหา

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์
2. เพื่อแสวงหาแนวทางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธีเพื่อแสวงหาวิธีการในการสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีต่อประชาชนในความเชื่อและส่งต่อข้อมูลข่าวสารไปยังบุคคลที่สาม โดยวิธีการดำเนินการวิจัยแยกได้เป็น 3 ขั้นตอนหลัก ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษารูปแบบที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์

การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งประชาชนออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มวัยรุ่น (ช่วงอายุประมาณ 15-24 ปี) กลุ่มคนวัยทำงาน (ช่วงอายุประมาณ 25-60 ปี) และกลุ่มผู้สูงอายุ (ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป) โดยแต่ละกลุ่มมีเกณฑ์ที่

ใช้ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลคือ ต้องเป็นผู้ที่มีการใช้สื่อออนไลน์โดยเฉลี่ยไม่น้อยกว่า สัปดาห์ละ 5 วัน และเป็นผู้ที่ชื่นชอบการส่งต่อข้อมูลไปยังบุคคลที่สาม ซึ่งในขั้นตอนนี้จะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อออนไลน์ ซึ่งจะดำเนินการสัมภาษณ์ประชาชนทั่วไปทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละไม่น้อยกว่า 3 คน เพื่อศึกษาแนวคิดและพฤติกรรมของประชาชน

ขั้นตอนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษารูปแบบที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง จากประชาชนทั่วไป ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานครออกเป็น 6 พื้นที่ ได้แก่ กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง กลุ่มกรุงเทพใต้ กลุ่มกรุงเทพเหนือ กลุ่มกรุงเทพตะวันออก กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ และกลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ไม่ต่ำกว่า 90 คนต่อพื้นที่ ดำเนินการกระจายพื้นที่ออกเป็น 3 ส่วนหลักเพื่อให้ครอบคลุมลักษณะของประชากร คือ พื้นที่สถานศึกษา พื้นที่แหล่งชุมชนเช่น ตลาด ห้างสรรพสินค้า และพื้นที่ชมรมผู้สูงอายุ รวมกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 540 คน

ขั้นตอนที่ 3 การแสวงหาแนวทางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูล

สำหรับในขั้นตอนนี้เป็นการนำผลการวิจัยที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาสังเคราะห์และสร้างเป็นข้อเสนอแนะและแนวทางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูล จากนั้นนำผลที่ได้ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ทำการตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมก่อนนำมาสรุปเป็นผลการวิจัยต่อไป

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยดำเนินการถอดประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อความ ส่วนข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามดำเนินการวิเคราะห์ความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามความเหมาะสมและคุณลักษณะของข้อมูล ข้อมูลในตอนที่ 2 ดำเนินการหาวิเคราะห์ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ข้อมูลในตอนที่ 3 ดำเนินการหาค่าความถี่ ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพทำการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกประชาชน 3 กลุ่ม คือกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 15-24 ปี กลุ่มคนวัยทำงานช่วงอายุ 25-60 ปี และกลุ่มผู้สูงอายุช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป ประเด็นความเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาจากสื่อออนไลน์ พบว่า ข้อมูลที่ได้รับจะมีความน่าเชื่อถือหากมีลักษณะของความสมเหตุสมผลในเชิงตรรกเป็นเบื้องต้น สิ่งหนึ่งที่มีความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลข่าวสารมาจากการยืนยันจากแหล่งข่าวที่สัมพันธ์กันกับข้อมูลข่าวสาร ส่วนที่ทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันคือระดับชั้นความลึกของแหล่งข่าว วัยรุ่นจะเชื่อถือข้อมูลโดยไม่จำเป็นต้องทราบแหล่งข่าว ในขณะที่กลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มผู้สูงวัยที่มีการศึกษาจะเชื่อถือต่อเมื่อทราบแหล่งอ้างอิงในระดับที่สูงขึ้นมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น ส่วนประเด็นการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร พบว่า กลุ่มวัยรุ่นมีความเชื่อว่าข่าวสารที่ส่งออกไปสร้างความสนใจและการยอมรับของกลุ่ม กลุ่มคนวัยทำงานจะเริ่มมีความระมัดระวังมากขึ้นโดยข่าวสารที่จะส่งต่อจะมีลักษณะเชิงความปรารถนาดี ส่วนกลุ่มผู้สูงวัยนั้นจะส่งต่อข้อมูลข่าวสารโดยมีเป้าหมายหลักในการกระจายข่าวสารนั้นไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ตนเองรู้จัก ด้วยความเชื่อที่ว่าการรับรู้ข่าวสารดีกว่าการไม่รับรู้ ดังนั้นจึงมีระดับการตรวจสอบน้อยกว่ากลุ่มคนวัยทำงาน นอกจากนี้ยังพบว่ามาตรการทางกฎหมายส่งผลต่อการส่งต่อข้อมูลข่าวสาร พบว่า กลุ่มวัยรุ่นจะมีความเชื่อถือเป็นกฎหมายน้อยกว่ากลุ่มคนวัยอื่นทั้งหมด

2. การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณ

2.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 31 - 50 ปี มีการศึกษาระดับศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัท/ลูกจ้าง เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดตามจำนวนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ติดตัว พบว่า ส่วนใหญ่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่ติดตัวจำนวน 1 เครื่อง

2.2 ผลการศึกษาความเห็นและพฤติกรรมของประชาชนเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร แยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร

ระดับความเห็น หรือ พฤติกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ความหมาย
การเชื่อว่าข้อมูลข่าวสารที่กระจายอยู่ในระบบออนไลน์เป็นจริงเกินกว่าร้อยละ ๕๐	3.22	0.83	ปานกลาง
ระดับความน่าสนใจของข้อมูลส่วนใหญ่ที่ได้รับจากการส่งต่อมาในระบบออนไลน์	3.29	0.82	ปานกลาง
ระดับความน่าสนใจของข้อมูลที่ได้รับจากการส่งต่อมาจากบุคคลที่รักและเคารพ	3.17	0.94	ปานกลาง
ระดับความน่าสนใจของข้อมูลที่ได้รับจากการส่งต่อมาจากบุคคลที่ไว้ใจ	3.22	0.97	ปานกลาง
ระดับความน่าสนใจของข้อมูลที่ได้รับจากการส่งต่อมาจากบุคคลที่สนิท	3.15	0.96	ปานกลาง
ระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากมาจากผู้ใหญ่ที่รักและเคารพ	2.82	1.04	ปานกลาง
ระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากมาจากบุคคลที่สนิทมาก	2.74	1.01	ปานกลาง
ระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากข้อมูลมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ	3.52	0.97	มาก
ระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากมาจากบุคคลที่รู้จักหรือมีชื่อเสียง	3.19	0.96	ปานกลาง
ระดับความเชื่อข้อมูลที่ได้รับโดยไม่ตรวจสอบ	2.42	1.13	น้อย

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร พบว่า ประเด็นระดับการเชื่อว่าข้อมูลข่าวสารที่กระจายหรือเผยแพร่ในโลกออนไลน์มีความเป็นจริงหรือน่าเชื่อถือมากกว่าร้อยละ 50 อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับประเด็นความน่าสนใจของข้อมูลที่ได้รับมาจากสื่อออนไลน์ พบว่า ระดับการให้ความสนใจ

ของข้อมูลมีความแตกต่างกันไม่มากระหว่างการได้รับมาจากบุคคลใด โดยอยู่ในระดับปานกลาง ในทุกส่วนตั้งแต่การได้รับจากบุคคลที่รักและเคารพ ได้รับจากบุคคลที่ไว้ใจและได้รับจากบุคคลที่สนิท ส่วนประเด็นด้านพฤติกรรมความเชื่อข้อมูลข่าวสารพบว่า การเชื่อข้อมูลข่าวสารโดยไม่ตรวจสอบผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าอย่างไรในระดับน้อย การเชื่อถือข้อมูลข่าวสารโดยไม่ตรวจสอบนั้นพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าข้อมูลข่าวสารจะน่าเชื่อถือโดยไม่ต้องตรวจสอบหากข้อมูลมีแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก ส่วนความเชื่อถือโดยไม่จำเป็นต้องตรวจสอบข้อมูลถ้ามาจากบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นสิ่งที่หน่วยตัวอย่างให้ความเห็นด้วยรองลงมาในระดับปานกลาง โดยระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากมาจากบุคคลที่รู้จักหรือมีชื่อเสียง ระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากมาจากผู้ใหญ่ที่รักและเคารพ ระดับความเชื่อโดยไม่ตรวจสอบหากมาจากบุคคลที่สนิทมาก มีระดับปานกลาง

ผลการศึกษาพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของประชาชน แยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ด้านความรู้สึกรู้สึกในการส่งต่อข้อมูล ระดับความคิดและพฤติกรรมในการส่งต่อข้อมูลทันทีที่ได้รับข้อมูล พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นด้านความเชื่อในการส่งต่อข้อมูลพบว่า มีความเชื่อว่าข้อมูลที่ส่งต่อนั้นมีความหมายและมีความสำคัญต่อผู้รับจนทำให้ผู้ส่งรู้สึกมีความภาคภูมิใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าข้อมูลที่ตนเองส่งไปให้ผู้รับนั้นมีประโยชน์ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้างสูงทางมาก ความรู้สึกภูมิใจเมื่อทำให้เพื่อนหรือคนรู้จักได้รับข้อมูลใหม่ๆ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้างสูงทางมาก ประเด็นด้านการรับส่งต่อข้อมูลนั้นทันทีที่เห็นว่ามีข้อมูลมีความสำคัญ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้างสูงทางมาก

ด้านปฏิสัมพันธ์ต่อข้อมูลข่าวสารในโลกออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการคำนึงถึงสื่อออนไลน์อย่างทันที อยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นการเปิดดูข้อมูลในโลกออนไลน์ทันทีที่ตื่นนอนเพื่อตรวจสอบข่าวสาร ในระดับปานกลาง ด้านการแสดงออกต่อข้อมูลข่าวสาร พบว่า เมื่อพบข้อมูลมีความน่าสนใจใน Facebook จะกด Like ทันที ในระดับปานกลาง ด้านความเชื่อว่าการกด Like โดยไม่ได้คอมเม้นบน Facebook จะปลอดภัยมากกว่าเนื่องจากไม่ได้แสดงออกอะไรในทางส่วนตัว รวมทั้งการกด Share มีความเหมือนกันในระดับปานกลางค่อนข้างสูง

ผู้ตอบแบบสอบถามในเชิงคุณค่าของการส่งข้อมูล ความรู้สึกนึกคิดต่อข้อมูลที่ส่งต่อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่าข้อมูลที่ส่งต่อผู้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ อยู่ในระดับมาก ข้อมูลที่ส่งต่อช่วยให้ผู้รับระมัดระวังการใช้ชีวิต อยู่ในระดับมาก ส่งต่อข้อมูลเป็นการช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับดีขึ้น/ใกล้ชิดขึ้นอยู่ในระดับปาน การส่งต่อข้อมูลแม้ว่าจะจริงหรือไม่ การรับทราบข้อมูลอย่างน้อยเป็นการกันไว้ดีกว่าแก้ อยู่ในระดับปานกลาง การส่งข้อมูลไปให้ผู้อื่นรับทราบเป็นคนแรกเป็นความภาคภูมิใจ อยู่ในระดับปานกลาง การส่งข้อมูลไปให้ผู้อื่นรับทราบเป็นคนแรกเป็นการแสดงว่าผู้ส่งเป็นคนทันต่อเหตุการณ์ อยู่ในระดับปานกลาง การส่งต่อข้อมูลในออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเปิดโลกทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง และ การส่งต่อข้อมูลในออนไลน์เป็นการเผยแพร่ความรู้ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านพฤติกรรมความเชื่อข้อมูลข่าวสารพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับก่อนเชื่อหรือส่งต่อ อยู่ในระดับปาน การตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับการสืบค้นในระบบออนไลน์อยู่ในระดับปานกลาง การตรวจสอบข้อมูลที่รับจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ เช่น หน่วยงานรัฐอยู่ในระดับมาก และความเชื่อที่ว่า ข่าวลือต่าง ๆ ที่ส่งในโลกออนไลน์ ท้ายที่สุดมักเป็นความจริง อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความเชื่อถือในกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับการส่งต่อข้อมูลข่าวสารพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อว่าทราบดีว่ามีกฎหมายเอาผิดเกี่ยวกับการส่งข้อมูล อยู่ในระดับมาก การคิดว่ากฎหมายที่เอาผิดในการส่งต่อข้อมูลเป็นเรื่องที่เข้มงวดเกินไป อยู่ในระดับปานกลาง ด้านการคิดว่ากฎหมายที่เอาผิดในการส่งต่อข้อมูลเป็นเพียงมาตรการที่ใช้ขู่ไม่ให้ส่งต่อ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านกฎหมายเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารทำให้ข้าพเจ้าตระหนักมากขึ้นในการส่งต่อข้อมูล อยู่ในระดับมาก ด้านความเชื่อว่ามีทางที่จะทำผิดในกฎหมายข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก

ด้านปฏิสัมพันธ์หลังจากส่งต่อข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อพฤติกรรมและความต่อเนื่องของการกระจายข้อมูลที่ตนเองส่งต่อ หลังจากส่งข้อมูลไปให้บุคคลใดแล้วหากมีการตอบรับหรือส่งต่อทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกดีใจ อยู่ในระดับปานกลาง หากบุคคลใดไม่ตอบรับหรือเพิกเฉยต่อข้อมูลที่ส่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลิกส่งให้บุคคลนั้น อยู่ในระดับปานกลาง การรู้สึกไม่ดีเมื่อต้องพบเจอกับคนที่เพิกเฉยต่อข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่งให้ อยู่ในระดับน้อย การมี

ความเชื่อว่าการส่งต่อข้อมูลในโลกออนไลน์ไม่เป็นอันตรายต่อตัวผู้ส่ง อยู่ในระดับปานกลาง มีการรีบแก้ไขหรือตักเตือนทันทีหากพบว่าข้อมูลที่ส่งต่อเป็นเท็จ อยู่ในระดับปานกลาง การรีบแก้ไขหรือตักเตือนทันทีหากพบว่าข้อมูลที่มีการส่งต่อมาเป็นเท็จ อยู่ในระดับมาก การเชื่อว่าตนเองเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก และการเชื่อว่าข้อมูลที่ส่งต่อเป็นสิ่งที่ดีต่อผู้รับเสมอ อยู่ในระดับมาก

ด้านความเชื่อต่อผลกระทบจากข้อมูลข่าวสารในบุคคลอื่น เป็นการศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของบุคคลในส่วนของผลกระทบที่เกิดขึ้นบุคคลอื่นที่ไม่ใช่ตนเอง ที่มาจากข้อมูลข่าวสาร เพื่อเป็นการสะท้อนภาพเชิงความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อผลกระทบ เป็นการสะท้อนภาพของความเห็นในเชิงลึกต่อสิ่งที่เกิดขึ้น และสะท้อนพฤติกรรมจริงต่อความเชื่อในตนเองว่าการส่งต่อข้อมูลข่าวสารนั้นไม่ได้ส่งผลกระทบได้ผลการวิจัยดังนี้ ประเด็นความเห็นว่ามีพบเห็น/ได้ยินเกี่ยวกับบุคคลที่ประสบปัญหาเพราะการส่งต่อข่าวลือในโลกออนไลน์รู้สึกสงสาร อยู่ในระดับปานกลาง การคิดว่าบุคคลที่รู้สึกอับอายเพราะข่าวสารในออนไลน์เป็นเรื่องไร้สาระ อยู่ในระดับปานกลาง การคิดว่าบุคคลที่รู้สึกอับอายเพราะข่าวสารในออนไลน์เป็นคนอ่อนแอ อยู่ในระดับปานกลาง การคิดว่าเมื่อมีคนเข้ามาชมหรือส่งต่อมาก ๆ ในข่าวสารหรือข้อมูลใด ๆ ที่เป็นผู้นำเสนอทำให้ภูมิใจ อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 แนวทางทางการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูล

แนวทางทางการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูล ในครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถรวบรวมและสร้างเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูลได้ตามแนวทางคือ

แนวทางที่ 1 การสร้างพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาของการส่งต่อข้อมูล

แนวคิดพื้นฐาน : จากพฤติกรรมของคนไทยที่ได้จากการสัมภาษณ์และการเก็บรวบรวมข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าการให้ความรู้เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่ช่วยแก้ไขปัญหการเผยแพร่ข้อมูล เนื่องจากบุคคลที่มีการศึกษาสูงขึ้น มีวัยสูงขึ้น จะมีระดับความระมัดระวังในการเผยแพร่ข้อมูลมากขึ้น ดังนั้นการสร้างความรู้ความ

เข้าใจจึงเป็นส่วนสำคัญ อย่างไรก็ตามผลจากการศึกษายังสะท้อนให้เห็นว่าการให้ความรู้อย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ เนื่องจากผลทางจิตวิทยาที่มีต่อบุคคลในการส่งต่อข้อมูลมีมาก ทั้งการกระตุ้นการเข้าถึงคม การเป็นตัวแทนการเข้าถึงคม การสร้างการยอมรับของกลุ่ม

แนวทางการดำเนินงาน : การสร้างพื้นฐานความรู้เป็นสิ่งที่ควรดำเนินการจากการศึกษาค้นคว้านี้ชี้ให้เห็นว่าความรู้ที่ควรส่งเสริมเพื่อพัฒนาการตระหนักรู้ได้แก่ 1) ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ ทั้งนี้ความรู้เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ นั้น ควรสอนความรู้ที่ช่วยสอนให้เข้าใจตามลำดับขั้นเกี่ยวกับการตรวจสอบข้อมูลข่าวสารและความน่าเชื่อถือ โดยควรเริ่มตั้งแต่ระดับง่ายไปหายาก 2) ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากกฎหมายเป็นสิ่งที่ใช้ควบคุม การสร้างความรู้ความเข้าใจจะเป็นส่วนช่วยให้บุคคลมีความตระหนักและไตร่ตรองมากขึ้น ทั้งนี้ควรดำเนินการตั้งแต่นักเรียนเริ่มการเรียนรู้ในระดับประถมศึกษาต่อเนื่องไปอย่างสม่ำเสมอ

แนวทางที่ 2 การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาของการส่งต่อข้อมูล

แนวคิดพื้นฐาน : จากพฤติกรรมของคนไทยที่ได้จากการสัมภาษณ์และการเก็บรวบรวมข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่าบุคคลส่วนใหญ่ไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบจากปัญหาการเผยแพร่หรือการส่งต่อข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นรูปธรรม และมองเห็นว่าเรื่องนี้ไม่เกี่ยวข้องหรือส่งผลกระทบต่อตนเอง การเลือกที่จะส่งต่อข้อมูลจึงเป็นภัยเงียบที่เกิดขึ้นและไม่ส่งผลกระทบทางตรงกับตนเอง

แนวทางการดำเนินงาน : หน่วยงานด้านการศึกษควรดำเนินการวิจัยรูปแบบวิธีการที่จะสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายให้กับเด็กและเยาวชนในการเผชิญกับปัญหาข้อมูลข่าวสาร บุคคลจะไม่สนใจหรือไม่รู้สึกอะไรมากนัก ต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่น แตกต่างจากผลที่เกิดขึ้นกับตนเอง ดังนั้นการสร้างข่าวลือที่ส่งผลกระทบต่อสังคมมีความจำเป็นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวควรอยู่ภายใต้การดูแลของหลายฝ่าย และมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้เด็กและเยาวชนได้รับผลกระทบจากข่าวในสนามทดลองที่สามารถควบคุมได้ เพื่อสร้างนิสัยที่ดีในการตรวจสอบข้อมูลข่าวสาร

แนวทางที่ 3 การสร้างมาตรการรองรับเพื่อควบคุมปัญหาการส่งต่อข้อมูล

แนวคิดพื้นฐาน : มาตรการทางกฎหมายเป็นสิ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องเพื่อควบคุมสื่อ และการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่มาตรการดังกล่าวกลับไม่เป็นที่น่าสนใจและไม่สามารถตอบสนองได้ จากการศึกษาครั้งนี้พบเหตุผลสำคัญคือความต่อเนื่องของกฎหมาย เนื่องจากผู้บังคับใช้กฎหมายเองก็ไม่ได้เป็นผู้ที่รับผลกระทบเช่นเดียวกัน ผู้บังคับใช้กฎหมายจึงไม่เห็นความสำคัญ อีกทั้งไม่มีหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อเรื่องดังกล่าว จึงดูเหมือนเป็นแนวทางที่มีอยู่และถูกนำมาใช้แต่ไม่สามารถสร้างภูมิคุ้มกันอย่างต่อเนื่องได้

แนวทางการดำเนินงาน : หน่วยงานภาครัฐควรจัดหาหน่วยงานหลักในการส่งเสริมผลักดันกลุ่มงาน องค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการสร้างความตระหนักรู้ในข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากหากปล่อยให้ต่างคนต่างทำ โดยปราศจากการส่งเสริมให้ไปในทิศทางเดียวกัน ท้ายที่สุดหน่วยงานเหล่านั้นที่เคยทำงานก็จะเลิกไป หรือลดทอนลง ควรมีการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอนในการร่วมกันส่งเสริมผลักดันการสร้างความตระหนักในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และควรมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่องอย่างมีแผนชัดเจน

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์จากการศึกษาเชิงลึกประชาชน 3 กลุ่ม คือกลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 15-24 ปี กลุ่มคนวัยทำงานช่วงอายุ 25-60 ปี และ กลุ่มผู้สูงอายุช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป ข้อมูลที่ได้รับจะมีความน่าเชื่อถือหากมีลักษณะของความสมเหตุสมผลในเชิงตรรกเป็นเบื้องต้น สิ่งหนึ่งที่เพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อมูลข่าวสารมาจากการยืนยันจากแหล่งข่าวที่สัมพันธ์กันกับข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันคือระดับชั้นความลึกของแหล่งข่าว วัยรุ่นจะเชื่อถือข้อมูลโดยไม่จำเป็นต้องทราบแหล่งข่าว ในขณะที่กลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มผู้สูงวัยที่มีการศึกษาจะเชื่ออีกต่อเมื่อทราบแหล่งอ้างอิงในระดับที่สูงขึ้นมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยรุ่นมีความเชื่อว่าข่าวสารที่ส่งออกไปสร้างความสนใจและการยอมรับของกลุ่ม กลุ่มคนวัยทำงานจะเริ่มมีความระมัดระวังมากขึ้นโดยข่าวสารที่จะส่งต่อจะมีลักษณะเชิง

ความปรารถนาดี ส่วนกลุ่มผู้สูงวัยนั้นจะส่งต่อข้อมูลข่าวสารโดยมีเป้าหมายหลักในการกระจายข่าวสารนั้นไปยังบุคคลต่าง ๆ ที่ตนเองรู้จัก

แนวทางทางการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูลในครั้งนี้ผู้ศึกษาสามารถรวบรวมและสร้างเป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจต่อผลกระทบในการส่งต่อข้อมูลได้สามแนวทางคือ แนวทางที่ 1 การสร้างพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาของการส่งต่อข้อมูล แนวทางที่ 2 การสร้างความรู้ตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาของการส่งต่อข้อมูล และแนวทางที่ 3 การสร้างมาตรการตั้งรับเพื่อควบคุมปัญหาการส่งต่อข้อมูล

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1. ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์ เป็นการสะท้อนภาพของปัญหาและต้องการเปิดประเด็นการศึกษาเชิงจิตวิทยาเกี่ยวกับความเชื่อในสื่อที่ได้รับและการส่งต่อ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถทำให้เห็นได้ว่าบุคคลทั่วไปมีความเชื่อและความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสารที่ได้รับทางสังคมออนไลน์มากน้อยในระดับใด ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้วิเคราะห์ตีความในการกำหนดแนวทางการป้องกันได้ในหลายหน่วยงาน ซึ่งแต่ละหน่วยงานควรนำผลการวิจัยไปศึกษาและปรับเอาส่วนที่จะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานของตนเองไปใช้

2. หน่วยงานด้านการศึกษาควรเร่งสร้างและเผยแพร่ต้นแบบกิจกรรมที่สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลข่าวสารที่ประสบความสำเร็จให้เป็นที่ประจักษ์ โดยสมควรมีโครงการและแนวทางในการรวบรวม เช่น การสร้างชมรม การสร้าง Infographic เรื่องการรู้เท่าทันสื่อ เป็นต้น

3. ผลการวิจัยสามารถนำมาสร้างเป็นกลไกและมาตรการในการพัฒนาศักยภาพประชาชนในการสร้างความรู้เท่าทันสื่อ และควรสร้างแนวทางการส่งเสริมผลักดันที่ชัดเจนต่อเนื่อง เช่น การจัดทำห้องสมุดออนไลน์ การจัดตั้งศูนย์เพื่อให้ความรู้เรื่องภัยไซเบอร์ เป็นต้น

4. ควรมีการสร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้ด้านการสร้างความรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ผลที่ได้จากการวิจัยนำมาสร้างต้นแบบการเรียนรู้ที่มีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งควรมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่สามารถนำไปแสดงหรือให้ผู้ที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ เข้าถึงแหล่งเรียนรู้เหล่านี้ได้ง่ายขึ้น เช่น การจัดนิทรรศการเคลื่อนที่ การสร้างแหล่งเรียนรู้เสมือนจริง เป็นต้น

5. ควรมีการสอดแทรกเนื้อหาและแนวคิดเกี่ยวกับความเชื่อและการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องในหลักสูตรสำหรับนักเรียนนักศึกษาในทุกระดับ เพื่อให้แนวความคิดนี้ค่อยๆ ถ่ายโอนไปยังประชาชน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงจิตวิทยาและปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูล แต่จากการศึกษาพบว่า การวิจัยค้นคว้าและรวบรวมแนวทางในด้านนี้ยังขาดอยู่มาก ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้มีการทำวิจัยในด้านนี้มากขึ้นเพื่อที่จะได้นำองค์ความรู้ที่ได้มาเป็นแบบอย่างในการช่วยกันพัฒนาคุณภาพของเด็กและเยาวชนในด้านนี้ต่อไป

2. ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อและการส่งต่อข้อมูลในสื่อออนไลน์เป็นการสะท้อนภาพของปัญหาและต้องการเปิดประเด็นการศึกษาเชิงจิตวิทยาเกี่ยวกับความเชื่อในสื่อที่ได้รับและการส่งต่อ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการวิจัยกว้างๆ ผลการวิจัยสามารถนำมาตีความในเชิงสถิติได้อีกจำนวนมาก จึงควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในฐานประชากรที่กว้างขึ้นและวางแผนในการวิเคราะห์ด้วยสถิติที่สูงขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. **แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม**. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์, จาก http://www.mict.go.th/assets/portals/1/files/590613_4Digital_Economy_Plan-Book.pdf, 2559.

- ณรงค์ศักดิ์ ศรีพนานันท์. (2554). **แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี**. วารสารนักบริหาร. 31(4), ตุลาคม - ธันวาคม 2554.
- นันทิร ศิริไทย. (2547). **ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพภูมิคุ้มกันสุขภาพที่ดีสำหรับเด็กและเยาวชน ในการพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อสุขภาพสู่หลักสูตรในระบบและนอกระบบการศึกษาของไทย**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.
- ปราณี รามสูต. (2542). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- วรรณรด แสงมณี. (2544). **องค์การและการจัดการองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 3)**. กรุงเทพฯ : ระเบียบทองการพิมพ์.
- อดุลย์ เพียรรุ่งโรจน์. (2543). **การศึกษาแนวคิดเพื่อกำหนดตัวแปรความรู้เท่าทันสื่อสำหรับการวิจัยสื่อสารมวลชน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)**. ปทุมธานี : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Buckingham, David and others. (2005). **The Media Literacy of Children and Young People : A Review of the Research Literature**. London : OFCOM.
- Creswell, John W. (2015). **Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (5th ed.)**. Boston, MA : Pearson.
- Livingstone and others. (2007). **Adult Media Literacy : A Review of the Research Literature**. London : OFCOM.
- Potter, W. J. (2005). **Media Literacy (3rd ed.)**. California : SAGE.
- Rojecki, A & Meraz, S. (2016). **Rumors and factitious informational blends: The role of the web in speculative politics**. New media & Society, 18 (1). P.25-43.
- Zhao, Z., Resenick, P., & Mei. Q. (2015). **Enquiring minds : Early detection of rumors in social media from equiry post**. Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web. P.1395-1405.