



**การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
และการรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสาร**

**Exposure to Media about COVID-19 from the Department of Disease Control
and Audience's Fake News Literacy**

วรทัย ราวินิจ* และ พิธิวัฒน์ เทพจักร

Worrathai Rawinit* and Pitiwat Tepjak

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author, E-mail: worrathai.r@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 ของกรมควบคุมโรค และพฤติกรรม
การรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสาร โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 ของกรมควบคุมโรค ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง
มาก มีค่าเฉลี่ย 4.52 โดยสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุดคือ สื่อของกรมควบคุมโรค มีค่าเฉลี่ย 4.61 รองลงมาคือ สื่อมวลชน
มีค่าเฉลี่ย 4.60 และสื่อส่วนตัวของบุคคล มีค่าเฉลี่ย 4.37 ส่วนพฤติกรรมกรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับโควิด 19 บนสื่อ
ออนไลน์ของผู้รับสาร พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติตามหลักการตรวจสอบข่าวปลอมในระดับสูงมาก มี
ค่าเฉลี่ยรวม 4.44 นอกจากนี้ ยังพบว่า การพิจารณาพาดหัวข่าวเกี่ยวกับ โควิด 19 อย่างระมัดระวังเสมอ หากหือหว่า
เกินไปจะสงสัยไว้ก่อน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.47 รองลงมาคือ การตรวจสอบแหล่งที่มาของเนื้อหาเกี่ยวกับโควิด 19 ว่า
มาจากองค์กรที่น่าเชื่อถือก่อนแชร์เสมอ ค่าเฉลี่ย 4.46 ขณะที่การนำภาพไปตรวจสอบที่มาของภาพดังกล่าวผ่านการ
ค้นหารูปแบบต่าง ๆ เป็นหลักการที่ผู้รับสารปฏิบัติตามน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.42

คำสำคัญ: การเปิดรับสื่อ ข่าวปลอม การรู้เท่าทันสื่อ โควิด 19



Abstract

The objectives of this research were to study audience's exposure to media about COVID-19 from the Department of Disease Control and to investigate the audience's fake news literacy. This is a quantitative research using questionnaires to collect data from 400 samples.

The results found that the overall media exposure of the sample group was very high with an average of 4.52. The media with the highest exposure is the Department of Disease Control's media with an average of 4.61, followed by the mass media with an average of 4.60 and personal media with an average of 4.37. For online fake news literacy, the result showed that the samples had a very high level of the compliance with the fake news detection principles, with a total mean of 4.44. In addition, the results also showed that the principle of careful headlining had the highest average at 4.47, followed by the principle of checking that content sources with an average at 4.46 while the searching for the sources of images through various search engines had the least average at 4.42.

Keywords: media exposure, fake news, media literacy, COVID-19

1. บทนำ

สถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ในหลายประเทศทั่วโลก นับเป็นภัยคุกคามที่สร้างความหวาดวิตกแก่ประชาชนอย่างมาก ซึ่งการระบาดยังไม่มีทีท่าว่าจะยุติลงง่าย ๆ ประกอบกับข่าวลือและข่าวลวงที่ถาโถมบนโลกออนไลน์ ยิ่งสร้างข้อสงสัยและความตื่นตระหนกให้แก่ผู้คนจำนวนมาก ทั้งนี้ สถานการณ์การระบาดของโรคยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง ข้อมูลบิดเบือนต่างๆเกี่ยวกับโรคก็แพร่กระจายอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดย Tedros Adhanom Ghebreyesus ผู้อำนวยการองค์การอนามัยโลก ระบุว่า “เราไม่เพียงแต่ต่อสู้กับโรคระบาด (Epidemic) เท่านั้น เรากำลังต่อสู้กับการแพร่ระบาดของข้อมูลที่บิดเบือนเกี่ยวกับโรค (Infodemic) ด้วย” (Charlton, 2020)

จากสถานการณ์ดังกล่าว กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข จึงได้มีการจัดทำสื่อ โดยอาศัยกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม กล่าวคือ เป็นการสร้างสื่ออินโฟกราฟฟิก (Infographic) ให้ความรู้และวิธีการป้องกันตัวจาก COVID-19 รวมถึงรณรงค์การใส่หน้ากากอนามัย ด้วยจุดดึงดูดใจเชิงอารมณ์ เช่น การใช้อารมณ์ขัน (Humor Appeal) และการใส่ใจสุขภาพ (Health Appeal) ดังเช่นในรูปที่ 1 เป็นสื่อเพื่อรณรงค์การใส่หน้ากากอนามัยเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงประชาชน อีกทั้งยังเอื้อต่อการแชร์ข้อมูลอีกด้วย



รูปที่ 1 สื่อเผยแพร่เพื่อรณรงค์การใส่หน้ากากอนามัย ของกรมควบคุมโรค

อย่างไรก็ตาม นอกจากข้อมูลการแพร่กระจายและความรุนแรงของโรคดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นและทำให้สถานการณ์ต่างๆ แยกแยะคือ การแพร่กระจายของข้อมูลเท็จหรือข่าวปลอมต่าง ๆ (Fake News) ซึ่งสร้างให้เกิดความตื่นตระหนกและความเข้าใจผิดมากมายในหมู่ประชาชน ทั้งนี้ มีรายงานข่าวจากเว็บไซต์เอ็นเอชเค เวิลด์ (NHK World) ว่า เจ้าหน้าที่รัฐในหลายประเทศของเอเชีย กำลังต่อสู้กันอย่างหนักกับข่าวปลอมและข่าวลือต่างๆ บนโซเชียลมีเดียเกี่ยวกับไวรัสโคโรนา แม้กระทั่งสิงคโปร์ ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นประเทศลำดับต้นๆ ที่มีคะแนนความรู้และทักษะด้านดิจิทัลในระดับสูงของภูมิภาคนี้ ก็ยังมีการนำเสนอข่าวปลอม โดยไม่รู้ตัวของสื่อออนไลน์ขนาดใหญ่องค์กรหนึ่งของประเทศ กรณีพาดหัวว่า มีรายงานผู้เสียชีวิตรายแรกจากไวรัสในสิงคโปร์ เหตุการณ์คล้ายๆ กันนี้เกิดขึ้นในมาเลเซีย และได้วันเช่นกัน และแน่นอนว่าเผยแพร่อย่างรวดเร็วผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (คม ชัด ลึก, 2563)

ส่วนในประเทศไทยเองก็ต้องเผชิญกับปัญหาข่าวปลอมมาตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวิกฤตการณ์ต่าง ๆ เช่นการระบาดของ โควิด 19 แม้ว่าจะมีหลากหลายหน่วยงานที่ออกมาให้ข้อมูลและยับยั้งการแพร่กระจายข้อมูลที่ผิด ๆ แต่ยังคงมีข่าวปลอมส่งต่อกันทางสื่อออนไลน์อยู่ทุกวัน ดังเช่นในรูปที่ 2 แสดงให้เห็นข่าวปลอมเกี่ยวกับการระบาดหรือยอดผู้เสียชีวิตจากโควิด 19 ที่ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมได้ตรวจสอบแล้วว่าเป็นเท็จจึงได้รวบรวมไว้



รูปที่ 2 ตัวอย่างข่าวปลอม จากเว็บไซต์ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม



ข้อมูลจากศูนย์ข่าวก่อนแชร์ สำนักข่าวไทย อสมท พบว่าในช่วงปี 2558-2560 ข่าวปลอมที่พบบ่อยจะมาในเรื่องของสิ่งต่าง ๆ ใกล้เคียง โดยเฉพาะเรื่องสุขภาพ อาหาร ยารักษาโรค ที่มาทั้งคำแนะนำและคำเตือนในการบริโภคอาหารและยา รวมถึงแนวทางต่าง ๆ ในการรักษาโรคที่รักษาไม่หาย หรือหายยาก อย่างเช่น โรคมะเร็ง เบาหวาน เป็นต้น การที่ข่าวปลอมมาในรูปแบบนี้เนื่องจากการมองเห็นความกลัวของผู้บริโภคในเรื่องสุขภาพ ที่ยังมีช่องว่างทางข้อมูล ที่ทำให้คนคิดว่าการทำตามคำแนะนำหรือคำเตือนจะทำให้ชีวิตและสุขภาพดีขึ้น จนเกิดการแชร์ต่อ และตามมาด้วยประโยชน์ทางการค้าในรูปแบบต่างๆ เช่นเดียวกับในสถานการณ์การแพร่ระบาดของ โควิด 19 อาจทำให้ผู้คนวิตกกังวลจนมองข้ามการพิจารณาความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับมาและทำการส่งต่อข้อมูลผิดๆเหล่านั้น ไปยังเพื่อนฝูงญาติพี่น้องด้วยเจตนาดี ดังนั้น จึงควรสังเกตจากหลักการ 9 ข้อดังต่อไปนี้ (มาร์เก็ตเทียร์, 2562) (1) สังเกตหัวข้อข่าว ข่าวปลอมมักมีการพาดหัวที่สะดุดตา เน้นใช้ตัวหนาและเครื่องหมายตกใจ! (อัศจรรย์) เพื่อเรียกร้องความสนใจ หากข้อความพาดหัวมีความหวือหวาจนเกินไป ที่ทำให้เรารู้สึกว่าไม่น่าเป็นไปได้ ข่าวนั้นอาจจะเป็นข่าวปลอม (2) สังเกต URL ลิงก์ของข่าวที่แชร์มาอาจจะมี URL คล้ายกับ URL ของสำนักข่าวที่น่าเชื่อถือ โดยมีเว็บไซต์ข่าวปลอมจำนวนมากที่เปลี่ยนแปลง URL เพียงเล็กน้อยเพื่อเลียนแบบแหล่งข่าวจริง (3) สังเกตแหล่งที่มา ตรวจสอบให้แน่ใจว่า Content ที่กำลังอ่านเขียนขึ้น โดยแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงด้านความถูกต้องหรือไม่ หากเรื่องราวมาจากองค์กรที่ชื่อ ไม่คุ้นเคย ควรตรวจสอบเพื่อความแน่ใจอีกครั้งหนึ่ง (4) สังเกตสิ่งที่ผิดปกติ เว็บไซต์ข่าวปลอมหลายแห่งมักสะกดคำผิด หรือมีการวางเลย์เอาต์ที่ไม่เป็นมืออาชีพ หรือผิดไปจากเลย์เอาต์ของสำนักข่าวจริง (5) สังเกตรูปภาพ เรื่องราวข่าวปลอมมักมีรูปภาพหรือวิดีโอที่ไม่เป็นความจริง บางครั้งรูปภาพอาจเป็นรูปจริง แต่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของเรื่องราว เพื่อความมั่นใจ ลองนำภาพไปตรวจสอบที่มาของภาพดังกล่าวผ่านการค้นหาในรูปแบบต่าง ๆ (6) สังเกตวันที่ เรื่องราวข่าวปลอมอาจมีลำดับเหตุการณ์ที่ไม่สมเหตุผล หรือมีการเปลี่ยนแปลงวันที่ของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริง (7) สังเกต ตรวจสอบหลักฐาน ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าถูกต้อง หากไม่มีหลักฐานหรือความน่าเชื่อถือของผู้เชี่ยวชาญที่ไม่มีชื่อเสียง อาจระบุได้ว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม (8) สังเกต ดูรายงานข่าวจากที่อื่น ๆ ตรวจสอบข่าวจากรายงานข่าวของที่มาอื่นๆ หากไม่มีแหล่งที่มาอื่นๆ ที่รายงานเรื่องราวเดียวกัน อาจระบุได้ว่าข่าวดังกล่าวเป็นข่าวปลอม หากมีการรายงานข่าวโดยหลายแหล่งข่าวที่คุณเชื่อถือได้ มีแนวโน้มว่าข่าวดังกล่าวจะเป็นข่าวจริง (9) สังเกตข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่ บางครั้งอาจแยกข่าวปลอมจากเรื่องตลกหรือการล้อเลียนได้ยาก ตรวจสอบดูว่าแหล่งที่มาของข่าวขึ้นชื่อเรื่องการล้อเลียนหรือไม่ และรายละเอียดตลอดจนน้ำเสียงของข่าวฟังดูเป็นเรื่องตลกหรือไม่และบางเรื่องก็ตั้งใจสร้างขึ้นมาเป็นข่าวปลอม เพื่อสนุกสนานเท่านั้น

นอกจากนี้ ข้อมูลจากศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมยังระบุว่า ช่วงวันที่ 25-29 มกราคม 2563 มีจำนวนข่าวปลอมที่แจ้งเข้ามามากถึง 7,587 ข้อความ โดยในจำนวนนี้เป็นข้อความที่เข้าข่ายสร้างความเสียหายจนต้องตรวจสอบ 160 ข้อความ แบ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกรณีการระบาดของไวรัสโคโรนามีจำนวน 20 เรื่อง พบว่า เป็นข่าวปลอม 16 เรื่อง และเป็นข่าวจริงเพียง 4 เรื่องเท่านั้น จะเห็นว่า ข่าวปลอมมีจำนวนมากกว่าข่าวจริงถึง 4 เท่า (ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม อ้างถึงใน คม ชัด ลึก, 2563) ดังนั้น การเปิดรับและเชื่อข้อมูลข่าวสารโดยขาดการรู้เท่าทันอาจส่งผลกระทบต่อตนเองและต่อสังคมโดยรวม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค



กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือและมีศักยภาพในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำกับประชาชน รวมถึงการรู้เท่าทันข่าวปลอมบนสื่อออนไลน์ของผู้รับสาร เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการป้องกันการแพร่กระจายของข่าวปลอมต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขของผู้รับสาร
- 2) เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 บนสื่อออนไลน์ของผู้รับสาร

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยในช่วงระยะเวลาที่เกิดโรคระบาด โควิด 19 โดยจะมุ่งศึกษาใน 2 กลุ่มช่วงอายุคือ กลุ่มประชากรวัยทำงาน และกลุ่มประชากรสูงอายุ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 56,465,172 คน (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2562)

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย อาศัยการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนจากสูตรของ Taro Yamane (1967, อ้างถึงในพัชนี เสงจรรยา, 2558) กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% จากผลการคำนวณ จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น จำนวน 400 คน โดยมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่ติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ โควิด 19 ที่เป็นคนไทย อาศัยอยู่ในประเทศไทย และมีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับ โควิด 19 ผ่านสื่อออนไลน์อย่างใดอย่างหนึ่ง อาทิ โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ เป็นต้น และขั้นตอนที่ 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนด โดยขอความร่วมมือจากผู้ติดตามโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เฟซบุ๊กแฟนเพจของกรมควบคุมโรค เฟซบุ๊กแฟนเพจของสื่อมวลชน เฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เป็นต้น ให้ครบตามจำนวนที่ต้องการ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended) แบ่งรายละเอียดออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ย/เดือน การศึกษา

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขของผู้รับสารผ่านช่องทางต่างๆ ประกอบไปด้วย (1) สื่อของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (2) สื่อมวลชน (3) สื่อสังคมออนไลน์ของบุคคล



ตอนที่ 3 พฤติกรรมการรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 บนสื่อออนไลน์ ประกอบด้วยหลักการตรวจสอบข่าวปลอม 9 ประการของศูนย์ซัวร์ก่อนแชร์ ได้แก่ (1) สังเกตหัวข้อข่าว (2) สังเกต URL (3) สังเกตแหล่งที่มา (4) สังเกตสิ่งที่ผิดปกติ (5) สังเกตรูปภาพ (6) สังเกตวันที่ (7) สังเกต ตรวจสอบหลักฐาน (8) สังเกต ธุรายงานข่าวจากที่อื่น ๆ (9) สังเกตว่าข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการนำแบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา เพื่อทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) จากนั้นนำไปทดสอบใช้จริงจำนวน 30 ชุด แล้วนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยการใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) (ศิริชัย กาญจนวาสิ และคณะ, 2544) ได้ค่าดังกล่าวนี้ ค่าความน่าเชื่อถือในส่วนของคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค เท่ากับ .8320 และค่าความน่าเชื่อถือในส่วนของคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 บนสื่อออนไลน์ เท่ากับ .8241 ตามลำดับ

เมื่อได้แบบสอบถามที่เสร็จสมบูรณ์แล้วจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง อาศัยวิธีการรูปแบบออนไลน์ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยนำลิงก์แบบสอบถามส่งผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โพสต์ผ่านทวิตเตอร์ ฯลฯ จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. ผลการวิจัยและวิเคราะห์ผล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ตอบแบบสอบถามใช้สื่อออนไลน์ และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดรู้จักกรมควบคุมโรค กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 15 - 25 ปี มากที่สุด รองลงมา คือ 26 - 35 ปี และ 36 - 45 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน/นักศึกษา มากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน และเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ 10,000 บาท หรือต่ำกว่า และ 20,001 - 30,000 บาท และ 30,001 - 40,000 บาท โดยมีสถานภาพโสด มากที่สุด รองลงมา คือ สมรส และหม้าย/หย่าร้าง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด รองลงมา คือ อนุปริญญา/ปวส. และมัธยมปลาย/ปวช. ตามลำดับ



4.1 ผลการวิเคราะห์การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขของผู้รับสาร
ตารางที่ 1 แสดงความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 ของกรมควบคุมโรคผ่านช่องทางต่างๆของผู้รับสาร

ช่องทางการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับโควิด 19 ของกรมควบคุมโรค	ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ		การแปลความหมาย
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
สื่อของกรมควบคุมโรค (แฟนเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ ฯลฯ)	4.61	0.55	มีการเปิดรับในระดับสูงมาก
สื่อมวลชน (การรายงานข่าวทางโทรทัศน์ เฟซบุ๊กสำนักข่าว)	4.60	0.60	มีการเปิดรับในระดับสูงมาก
สื่อส่วนตัวของบุคคล (เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ส่วนตัว)	4.36	0.80	มีการเปิดรับในระดับสูงมาก
รวม	4.52	0.59	มีการเปิดรับในระดับสูงมาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขในภาพรวมจากทุกช่องทางอยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ย 4.52 หากเปรียบเทียบกันระหว่างสื่อที่เป็นช่องทางของกรมควบคุมโรคเอง สื่อมวลชน และสื่อส่วนตัวของบุคคลแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ซึ่งเป็นช่องทางของกรมควบคุมโรคเองมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยถึง 4.61 โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์กรมควบคุมโรค และเฟซบุ๊กกรมควบคุมโรค มีค่าเฉลี่ย 4.63 เท่ากัน

ส่วนสื่อมวลชนเป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับรองลงมา มีค่าเฉลี่ย 4.60 ซึ่งถือว่าอยู่ระดับสูงมากเช่นกัน ผลการวิจัยยังพบด้วยว่า การรายงานข่าวเกี่ยวกับโควิด 19 ทางโทรทัศน์ของสำนักข่าวที่มีการอ้างอิงเนื้อหาจากกรมควบคุมโรค เช่น ข่าวช่อง 3, 5, 7, 9, ช่องวัน, ไทยรัฐทีวี, อมรินทร์ทีวี, ช่องเวิร์คพอยท์ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับสูงที่สุดจากทุกๆช่องทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 รองลงมา เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับ โควิด 19 ทางเฟซบุ๊กของสำนักข่าวที่มีการอ้างอิงเนื้อหาจากกรมควบคุมโรค เช่น The MATTER (@thematterco), PostToday (@posttoday) เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

ในขณะที่สื่อส่วนตัวของบุคคล เช่น เฟซบุ๊กส่วนตัว อินสตาแกรมส่วนตัว ทวิตเตอร์ส่วนตัว และไลน์ส่วนตัว นั้น กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสื่อทั้งสองประเภทที่กล่าวมา แต่ยังคงอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 4.37 และการส่งหรือแชร์ภาพ/เนื้อหาเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรคจากเพื่อน/คนรู้จักผ่านไลน์ส่วนตัวหรือกรุ๊ปไลน์ เป็นช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ การโพสต์หรือแชร์ภาพ/เนื้อหาเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค จากเพื่อน/คนรู้จัก ผ่านอินสตาแกรมส่วนตัว มีค่าเฉลี่ย 4.37 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก



4.2 ผลการวิเคราะห์การรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 บนสื่อออนไลน์ของผู้รับสาร

ตารางที่ 2 แสดงการรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 ของผู้รับสาร

หลักการตรวจสอบข่าวปลอม	การรู้เท่าทันข่าวปลอม		การแปลความหมาย
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
(1) การพิจารณาหัวข้อข่าว/พาดหัวข่าว	4.47	0.75	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(2) สังเกต URL ลิงก์ของข่าวที่แชร์มา	4.42	0.83	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(3) ตรวจสอบแหล่งที่มาของเนื้อหา	4.46	0.78	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(4) สังเกตความคิดปกติ เช่น คำคิด การจัดวางเนื้อหา	4.45	0.81	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(5) ตรวจสอบที่มาของภาพผ่านการค้นหารูปแบบต่าง ๆ	4.46	0.82	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(6) สังเกตวันที่หรือลำดับเหตุการณ์ของข่าว	4.44	0.80	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(7) ตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าถูกต้อง	4.46	0.78	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(8) ตรวจสอบข่าว/ข้อมูลจากแหล่งที่มาหลาย ๆ แหล่ง	4.43	0.79	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
(9) ตรวจสอบว่าข่าวนั้นเป็นมุกตลกหรือไม่	4.43	0.83	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก
รวม	4.44	0.73	รู้เท่าทันข่าวปลอมในระดับสูงมาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการปฏิบัติตามหลักการตรวจสอบข่าวปลอมในระดับสูงมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.44 เมื่อพิจารณารายละเอียดในหลักการตรวจสอบข่าวปลอมทั้ง 9 ประการ พบว่า การพิจารณาพาดหัวข่าวเกี่ยวกับ โควิด 19 อย่างระมัดระวังเสมอ หากหืออวกเกินไปจะสงสัยไว้ก่อน เป็นหลักการที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.47 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก รองลงมา คือ การตรวจสอบแหล่งที่มาของเนื้อหาเกี่ยวกับ โควิด 19 ว่ามาจากองค์กรที่น่าเชื่อถือก่อนแชร์เสมอ และการตรวจสอบแหล่งข้อมูลของผู้เขียนเพื่อยืนยันว่าถูกต้อง เช่น ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ โควิด 19 นั้นมีตัวตน มีชื่อเสียงจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.46 ซึ่งอยู่ในระดับสูงมาก

ส่วนหลักการตรวจสอบข่าวปลอมที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามน้อยที่สุดคือ การสังเกตลิงก์ของข่าวเกี่ยวกับ โควิด 19 ที่ถูกแชร์มาว่ามี URL ตรงกับสำนักข่าวที่น่าเชื่อถือหรือไม่ทุกครั้ง และหากไม่แน่ใจภาพข่าวเกี่ยวกับ โควิด 19 จะลองนำภาพไปตรวจสอบที่มาของภาพดังกล่าวผ่านการค้นหารูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.42 แต่ยังคงอยู่ในระดับสูงมาก

5. สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อของควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และการรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 ของผู้รับสาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และพฤติกรรมกรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสาร พบประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้



5.1 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขของผู้รับสาร

จากผลการศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ โควิด 19 ของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขของผู้รับสาร พบว่า ในภาพรวมมีการเปิดรับสื่อในระดับสูงมาก อาจเป็นเพราะสถานการณ์ปัจจุบัน (ณ ช่วงเวลาเก็บข้อมูลเดือน เมษายน 2563) เป็นช่วงเวลาที่เกิดการระบาดของโรคอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ทำให้ผู้คนมีการตื่นตัวในเปิดรับข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโรค โควิด 19 เพื่อป้องกันตนเองให้รอดพ้นจากการระบาด ทั้งนี้ หากแบ่งประเภทของสื่อที่ผู้รับสารมีการเปิดรับจะพบว่า สื่อที่เป็นของกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข โดยตรง ได้แก่ เว็บไซต์กรมควบคุมโรค และเฟซบุ๊กกรมควบคุมโรค เป็นสื่อที่มีการเปิดรับมากที่สุดในระดับสูงมาก ซึ่งการสื่อสารในเว็บไซต์กรมควบคุมโรคได้มีการเปิดหน้าพิเศษเพื่อเป็นการให้ข้อมูลความรู้ อัปเดตสถานการณ์ พร้อมคำแนะนำแก่ประชาชนเกี่ยวกับ โควิด 19 โดยเฉพาะ มีแต่ที่ต่าง ๆ เช่น คำแนะนำสำหรับประชาชน มาตรการต่างๆ รายงานสถานการณ์ทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ไปจนถึงสื่อความรู้ต่าง ๆ (กรมควบคุมโรค, 2563) ซึ่งเน้นการออกแบบตามกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมให้ชัดเจน เข้าใจง่าย เน้นการใช้ภาพ อินโฟกราฟฟิค ที่ดึงดูดใจ รวมถึงข้อความที่มีอารมณ์ขัน แต่มีข้อมูลที่ครบถ้วนและเชื่อถือได้ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับจุดดึงดูดใจในการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคม (Cho, 2012) ที่ระบุว่า จุดดึงดูดใจแยกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ จุดดึงดูดในด้านอารมณ์ ซึ่งเป็นการจูงใจที่เชื่อมโยงกับความรู้สึกและอารมณ์ และจุดดึงดูดในด้านเหตุผล ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกับความนึกคิดการพิจารณาข้อมูล โดยทั้งเว็บไซต์และเฟซบุ๊กของกรมควบคุมโรคมีการสื่อสารโดยอาศัยทั้งการจูงใจเชิงอารมณ์และเหตุผลในการแนะนำให้ความรู้ รวมถึงรณรงค์การปฏิบัติตัวที่ถูกต้องในสถานการณ์การระบาดของ โควิด 19

ทั้งนี้ ในสถานการณ์อันเป็นภาวะวิกฤตมักจะเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า ช่องว่างทางข้อมูลข่าวสาร (Information Gap) ซึ่งส่งผลให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวลือและข่าวปลอม ดังนั้น ผู้คนจึงมีการเปิดรับข้อมูลจากช่องทางที่น่าเชื่อถือมากที่สุดเพื่อลดความเสี่ยงในการหลงเชื่อข้อมูลผิดๆ (Coombs & Holladay, 2010) เนื่องจากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบโดยตรงเกี่ยวกับการระบาดของโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างจึงเลือกเปิดรับข้อมูลจากสื่อของกรมควบคุมโรคโดยตรงเพราะเชื่อมั่นในความถูกต้องของข้อมูล อย่างไรก็ตาม สื่อที่เป็นช่องทางของกรมควบคุมโรคเองอาจเผยแพร่ได้ไม่กว้างขวางเท่าสื่อมวลชน ดังนั้น จะเห็นว่าสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ที่มีการอ้างอิงเนื้อหาจากกรมควบคุมโรคในการนำเสนอจะมีการเปิดรับระดับสูงที่สุดในบรรดาสื่อทั้งหมด ตรงข้ามกับสื่อส่วนตัวของบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสื่อสังคมออนไลน์กลับมีการเปิดรับน้อยที่สุด สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่า เมื่อประชาชนอยู่ในภาวะวิกฤตที่มีความไม่แน่นอนสูงจะต้องการข้อมูลจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือสูงตามไปด้วย

5.2 การรู้เท่าทันข่าวปลอมเกี่ยวกับ โควิด 19 ของผู้รับสาร

นอกจากนี้ จากการศึกษาการรู้เท่าทันข่าวปลอมของผู้รับสาร พบว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่มีการปฏิบัติตามหลักการตรวจสอบข่าวปลอมในระดับสูงมาก อาจเนื่องมาจากการแพร่กระจายของข่าวปลอมเกี่ยวกับโรค โควิด 19 ในช่วงที่ผ่านมามีระดับความรุนแรงเพิ่มขึ้นมากและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องก็มีการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดกันอย่างต่อเนื่องและกว้างขวาง ทำให้ประชาชนตระหนักถึงข่าวปลอมในโลกออนไลน์มากขึ้น โดย



ผลการวิจัยยังพบอีกด้วยว่า ผู้รับสารจะพิจารณาพาดหัวข่าวเกี่ยวกับ โควิด 19 อย่างระมัดระวังเสมอ หากหือหาเวาเกิน ไปจะสงสัยไว้ก่อนมากที่สุด รองลงมาคือ ตรวจสอบแหล่งที่มาของเนื้อหาเกี่ยวกับ โควิด 19 ว่ามาจากองค์กรที่น่าเชื่อถือก่อนแชร์เสมอ ขณะที่การนำภาพไปตรวจสอบที่มาของภาพดังกล่าวผ่านการค้นหาในรูปแบบต่าง ๆ เป็นหลักการที่ผู้รับสารปฏิบัติตามน้อยที่สุด ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับความยากง่ายในการปฏิบัติตามด้วย โดยจะเห็นว่า หลักการที่ใช้เพียงการสังเกต เช่น สังเกตการพาดหัว หรือสังเกตแหล่งที่มาสามารถทำได้ง่ายและใช้ความพยายามน้อยกว่า การนำภาพไปตรวจสอบที่มาของภาพดังกล่าวผ่านการค้นหาในรูปแบบต่าง ๆ ผู้รับสารจึงปฏิบัติตามมากกว่า

6. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สามารถสำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์จากความกรุณาและการอนุเคราะห์อย่างดีจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรทัย ราวีนิจ และอาจารย์ในสาขาการสื่อสารการตลาดอีก 2 ท่านคือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ชุมงคล และอาจารย์ ดร. ชัชญา สกฤษณ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำ ชี้แนะจุดบกพร่องและแนวทางในการทำการวิจัยให้กับผู้วิจัย ทำให้งานคล่องไปด้วยดี

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์จากวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิตทุกท่านที่มอบความรู้ให้กับผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลา 4 ปี และสุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบุคคลที่คอยสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด นั่นคือ บิดา มารดา ที่ให้การสนับสนุนในทุกๆด้าน โฉนเฉพาะการศึกษาของผู้วิจัย จนกระทั่งสามารถสำเร็จการศึกษาได้ในที่สุด

7. เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมโรค. (2563). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) สำหรับประชาชน*. สืบค้นจาก

<https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/info.php>

คม ชัด ลึก. (2563). *ข่าวปลอมแพร่ 'ไว' กว่าไวรัสโคโรนา*. สืบค้นจาก

<https://www.komchadluek.net/news/lifestyle/413960>

จินดารัตน์ โพธิ์นอก. (2557). *กลุ่มอายุ*. สืบค้นจาก

<http://legacy.orst.go.th/?knowledges=กลุ่มอายุ-๑๓-พฤศจิกายน-๒>

พัชนี เชยจรรยา. (2558). *การวิจัยเชิงปริมาณทางนิเทศศาสตร์*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

มาร์เก็ตเทียร์. (2562). *Fake News เช็คว่างไร? ถึงจะโอเค : 9 เคล็ดลับสังเกตข่าวปลอม*. สืบค้นจาก

<https://marketeeronline.co/archives/126780>

ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม. (2563). *#โควิด-19 เดือนอย่าแชร์ข่าวปลอม ระวัง อย่าหลงเชื่อกลุ่มแอบอ้าง*. สืบค้นจาก

<https://www.antifakenewscenter.com/>

ศิริชัย กาญจนวาที และคณะ. (2544). *การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย*. กรุงเทพฯ: บุญศิริการพิมพ์.

สำนักสถิติแห่งชาติ. (2562). *สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเลหะ*. สืบค้นจาก



<http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/home.aspx>

Charlton, E. (2020). *How experts are fighting the Coronavirus 'infodemic'*. สืบค้นจาก

<https://www.weforum.org/agenda/2020/03/how-experts-are-fighting-the-coronavirus-infodemic>

Cho, H. (2012). *Health Communication Message Design*. California: Sage Publications.

Coombs, W. T. and Holladay J. S. (2010). *The Handbook of Crisis Communication*. Blackwell Publishing.

UNESCO. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. สืบค้น

จาก <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>