

ข่าวปลอมกับการทำงานของนักข่าวในยุคดิจิทัล¹

สุนันทา แยมทัฬ² และ อรัญญา ศิริผล³

บทคัดย่อ

ท่ามกลางความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารยุคดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ใช้งานอินเทอร์เน็ตสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อสารด้วยตนเอง และเปิดให้แบ่งปันเนื้อหาแก่ผู้อื่นได้โดยง่าย ด้านหนึ่งเป็นการเปิดให้โลกแห่งข่าวสารไหลเวียนได้ง่ายขึ้น แต่อีกด้านกลับประสบปัญหาสำคัญที่ผู้รับสารไม่อาจแยกแยะได้ชัดว่า อะไรคือข้อเท็จจริง (fact) อะไรคือข่าวปลอม (fake) บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความหมายของข่าวปลอมในบริบทยุคดิจิทัล และเพื่อเสนอกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอมให้แก่ักข่าวและผู้ใช้สื่อ บทความใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) สืบหาและวิเคราะห์ข้อมูลตัวอย่างจากต่างประเทศเพื่อนำมาปรับใช้กับประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าข่าวปลอมที่ถกเถียงในปัจจุบันอาจไม่ใช่เรื่องใหม่ัก เพราะเคยปรากฏตัวอย่างมายาวนาน แต่นิยามข่าวปลอมในบริบทใหม่ยุคดิจิทัลกลับมีความซับซ้อนมากขึ้น บทความนี้พบว่า ลักษณะข่าวปลอมที่เกิดขึ้นในชุมชนออนไลน์ปัจจุบันมีอย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ (1) โฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ดูเหมือนข่าวจริง (2) การประชดประชันเสียดสีล้อเลียนที่เนื้อหาผิดไปจากข้อเท็จจริง (3) ตั้งใจสร้างข่าวเพื่อหวังผลทางการเมืองทำให้คนเกิดอารมณ์ร่วมแบ่งฝ่าย ทั้ง 3 รูปแบบนี้มีมิติร่วมในการผลิตข่าวปลอมคือ การไม่นำเสนอข้อเท็จจริงอย่างถึงที่สุด (facticity) และ

* วันที่รับบทความ 17 กันยายน 2563; วันที่แก้ไขบทความ 10 พฤศจิกายน 2563; วันที่ตอบรับบทความ 30 ธันวาคม 2563

¹ บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง งานข่าวในยุคดิจิทัล: นักข่าวและการทำข่าวในศตวรรษที่ 21 (Digital Journalism: Journalists and News Making Process in 21st century) สนับสนุนงานวิจัยจากทุนวิจัยและงานสร้างสรรค์หลักสูตรการเรียนการสอน งบประมาณเงินรายได้ ปี 2561 ของคณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การลวง (deception) เพื่อบรรลุเป้าหมายของตน นอกจากนี้ บทความยังเสนอให้นักข่าวควรมีกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอมอย่างเป็นระบบ และมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้นด้วย

คำสำคัญ: ข่าวปลอม งานของนักข่าว กระบวนการตรวจสอบ

Fake News and the Work of Journalists in Digital Era

Sunanta Yamthap⁴ and Aranya Siriphon⁵

Abstract

The advancement of digital technology and social media today has opened widely for internet users to create their own contents and easily share those contents to other users. Such situation, on the one hand, has helped comfortably circulating news and information worldwide. But, on the other hand, it has caused the issues discussing on what facts or what fake news are seen for digital users. This article aims to examine the definition of fake news in the new digital context, and, to propose the verification process for journalists and users in dealing with fake news. Conducted by document research and samples, the article found that fake news we are encountering is not relatively new since it appeared for hundred years. But the fake news in the digital media context is more intricate than before. This article found at least 3 forms of fake news threaten in digital media today: (1) advertising/propagating disguised contents as news; (2) presenting sarcastic, or satirical contents distorting facts; (3) intentionally produce fake contents to serve political agenda, increasing hyper-partisan emotions and its divides. Therefore, journalists and digital users should strictly apply the verification process and preform their professional skills to deal with fake news.

Keywords: fake news, work of journalists, verification

⁴ Assistant Professor, Faculty of Mass Communication, Chiang Mai University

⁵ Associate Professor, Faculty of Social Sciences, Chiang Mai University

บทนำ

ในโลกศตวรรษที่ 21 ที่ซึ่งเทคโนโลยีการสื่อสารบนแพลตฟอร์ม user-generated content (UGC) เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไปสามารถสร้างเนื้อหาด้วยตนเอง และแบ่งปันเนื้อหาที่ได้รับแก่ผู้อื่นได้โดยง่าย สิ่งเหล่านี้ด้านหนึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้โลกแห่งข่าวสารไหลเวียนได้ง่ายขึ้น แต่อีกด้านก็กลับประสบปัญหาสำคัญที่เราไม่อาจรู้แน่ชัดได้ว่า อะไรคือข้อเท็จจริง (fact) อะไรคือหลอกลวง (fake) บั้นแต่ทั้งนี้ ในปัจจุบันบนสื่อออนไลน์นิยามความหมายของคำว่า “ข่าวปลอม” ยังเป็นที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวาง และที่สำคัญ เมื่อนักข่าวเขียนข่าวหรือใช้ข้อมูลดิจิทัลสื่อออนไลน์ก็ยังไม่แน่ใจว่าจะจัดการหรือเท่าทันกับสิ่งเหล่านี้อย่างไร

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ตรวจสอบความหมายของข่าวปลอมที่นำเสนอในสื่อออนไลน์ยุคดิจิทัลปัจจุบัน และ (2) เพื่อค้นหากระบวนการตรวจสอบเชิงหลักการและแนวปฏิบัติในการจัดการกับข่าวปลอมแก่นักข่าวและผู้ใช้อินเทอร์เน็ต บทความใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารตัวอย่างจากต่างประเทศในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข้อถกเถียงเรื่องข่าวปลอม เพื่อให้สามารถนำมาปรับใช้ได้กับประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า ข่าวปลอมที่พุดกันอย่างกว้างขวางปัจจุบันนั้น แม้จะรู้โดยทั่วกันว่าไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะอันที่จริงข่าวปลอมอยู่กับเรามาตั้งแต่เริ่มมีการเขียนข่าว และมีตัวอย่างให้เห็นมาตั้งแต่ในศตวรรษที่ 15 อย่างไรก็ตาม เราอาจจะต้องทำความเข้าใจนิยามความหมายข่าวปลอมในบริบทใหม่ยุคดิจิทัล และประเด็นความหมายของ “ข่าวปลอม” ในปัจจุบัน โดยเฉพาะบนสื่อออนไลน์ บทความนี้เสนอว่า ลักษณะข่าวปลอมที่เกิดขึ้นในชุมชนออนไลน์มี 3 รูปแบบสำคัญ คือ (1) โฆษณาชวนเชื่อ/ประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ดูเหมือนข่าวจริง (2) นำเสนอเชิงประชดประชันเสียดสีล้อเลียนตลกขบขัน ที่เนื้อหากลับผิดหรือบิดเบือนข้อเท็จจริง (3) ตั้งใจสร้างเนื้อหาข่าวเพื่อหวังผลทางการเมือง ทำให้คนทั่วไปเกิดอารมณ์ร่วมหรือสร้างความเป็นพวกพ้องแบ่งฝ่าย ทั้ง 3 รูปแบบนี้มีมิติ (dimension) ร่วมกันคือการไม่นำเสนอข้อเท็จจริงอย่างถึงที่สุด (facticity) และการลวง (deception)

ที่ตั้งใจผลิตข่าวปลอมเพื่อไปสู่เป้าหมายตน นอกจากนี้ บทความยังชี้ให้เห็นว่า ข่าวปลอมในสื่อออนไลน์มีทั้งคนและบอตที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างข่าวปลอมขึ้นมา ดังนั้น นักข่าวควรมีกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอมอย่างเป็นระบบและมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

ข่าวปลอมและข้อถกเถียงนิยามความหมาย

Sharyl Attkisson (2018) หนึ่งในนักข่าวสืบสวนสอบสวนผู้ได้รับรางวัล Emmy-Award และนักเขียนของ *The New York Times* ได้ให้คำนิยาม “ข่าวปลอม” ว่า คือข่าวที่ผิดไปจากข้อเท็จจริง มีอคติ ไม่เป็นกลาง (slant) เป็นการโฆษณาชวนเชื่อหรือเป็นเรื่องที่ตีความผิดและใช้ข้อมูลผิดๆ รายงานข้อมูลที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง เหลวไหล (imprecise and sloppy) โดยทั่วไปเรื่องราวของข่าวปลอมจะเป็นการนำทางให้ผู้รับสารเข้าใจผิด เป็นเรื่องที่น่าเสนอให้ชวนเชื่อ และบางครั้งนักข่าวเองก็อาจติดกับดักให้หลงเชื่อไปด้วยเช่นกัน

ข่าวปลอมที่พูดกันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน อาจไม่ถือว่าเป็นเรื่องใหม่มากนัก เพราะอันที่จริงข่าวปลอมอยู่กับเรามาตั้งแต่มนุษย์เริ่มพัฒนาแท่นพิมพ์ สิ่งพิมพ์ และระบบการเขียนข่าว ตั้งแต่ ค.ศ. 1439 แล้ว (Marcus, 1993) ส่วนคำว่า “ข่าวปลอม” ก็ไม่ใช่เรื่องใหม่ เพราะคำเหล่านี้ปรากฏบนหน้าสื่อสิ่งพิมพ์มายาวนานและขยายไปสู่สื่อประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุกระจายเสียงหรือโทรทัศน์ ที่ผ่านมามีความหมายข่าวปลอมกินความแบวกว้างว่า เป็นการแพร่กระจายหรือนำเสนอคำอธิบายเรื่องปั่นแต่ง เพื่อให้ผู้อ่าน/ผู้รับสารเข้าใจว่าเป็นเรื่องจริง (Allcott and Gentzkow, 2017: 213)

อย่างไรก็ดี ข่าวปลอมที่เกิดขึ้นในสื่อออนไลน์ยุคดิจิทัลมีลักษณะร่วมกับในอดีต และมีแนวโน้มใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถจำแนกได้อย่างน้อย 3 รูปแบบ คือ *รูปแบบแรก* การนำเสนออะไรก็ตามให้ดูเหมือนเป็นการรายงานข่าว (authenticity) เป็นการเลียนแบบรูปแบบการนำเสนอเหมือน “สื่อ” นำเสนอจริง แต่เนื้อหากลับเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ หรือการโฆษณาเพื่อการตลาด (Gelfert, 2018: 84-117) สำหรับรูปแบบแรกนี้สอดคล้องกับความหมายในอดีตที่เกิดขึ้นมา

ยาวนาน และมีตัวอย่างที่กลายเป็นที่โจษขานกันมากในการให้ข้อมูลผิดๆ อย่างแพร่หลาย ตัวอย่างนี้เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1938 กับการกระจายเสียงทางวิทยุ มีการปรับละครของ H. G. Wells เรื่อง *The War of the Worlds* มาทำเป็นละครวิทยุ แต่ละครวิทยุดังกล่าวกลับนำเสนอละครใน “รูปแบบรายงานข่าวทางวิทยุ” ผ่านเทคโนโลยีสมัยนั้น และยังทำให้สมมุติแบบด้วยการใช้นักแสดงเล่นตามบทเป็นนักข่าว ชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญ และเจ้าหน้าที่รัฐในการตอบคำถามแบบเหมือนจริงมาก จนทำให้ผู้รับสาร คนฟังละครวิทยุ เมื่อฟังละครจบก็คิดว่าเป็นการรายงานข่าวจริง และส่งผลให้ผู้คนกว่าล้านคนที่ได้ฟังละครในรูปแบบรายงานขาวดังกล่าวเกิดความแตกตื่นคิดว่าเป็นเรื่องจริง กรณีนี้ Orson Welles ผู้กำกับละครวิทยุบรรยายว่า เป็นเรื่อง “การรุกรานของศัตรูจากดาวอังคาร” แต่อันที่จริงละครวิทยุตั้งใจจะให้ความเพลิดเพลินกับผู้ฟังเท่านั้น แต่กลับกลายเป็นว่า ผู้ฟังตีความและคิดว่าเป็นข่าวที่เกิดขึ้นจริง (Cantril, 2005) จนส่งผลเกิดความอลหม่านในสังคม ณ ตอนนั้น

รูปแบบที่สอง คือ การนำเสนอเชิงประชดประชันเสียดสี ล้อเลียนตลกขบขัน ที่เนื้อหากลับผิดหรือบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง งานศึกษาของ Balmas (2014) และ Rubin et al. (2015: 2016) ระบุว่า การเขียนข่าวเชิงประชดประชันเสียดสีบนสื่อออนไลน์ถือว่าเป็นข่าวปลอม เพราะเนื้อหาที่นำเสนอ นั้นผิดไปจากข้อเท็จจริง แม้ว่าการเสียดสีจะเป็นไปเพื่อสร้างความบันเทิงก็ตาม แต่ถือว่าเป็นการสร้างข้อมูลหลอกๆ ให้กับผู้รับสารหรือผู้บริโภคอยู่ดี งานศึกษาของ Tandoc et al. (2017: 1-17) ซึ่งตรวจสอบบทความวิชาการที่ใช้คำว่าข่าวปลอม (fake news) ช่วงระหว่างปี 2003-2017 ก็พบประเภทการนิยามข่าวปลอมว่า ไม่เพียงหมายถึงข่าวเชิงปลุกปั่น โฆษณาชวนเชื่อประชาสัมพันธ์ขายสินค้า แสวงหากำไรเข้าตัวเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงกลุ่มข่าวเชิงเสียดสีประชดประชันล้อเลียนตลกขบขันด้วย

Hill and Bradshaw (2019: 46-66) ได้ยกตัวอย่างบทความเผยแพร่ผ่านหน้าเครือข่ายออนไลน์ที่ส่งผลกระทบด้านลบต่อการนำเสนอเชิงล้อเลียนตลกขบขันที่เนื้อหาบิดเบือนข้อเท็จจริง คือ เมื่อปี ค.ศ. 2017 มีผู้เขียนบทความ

ว่า ร้านอาหารอินเดียชื่อ Karri Twist ในลอนดอน ใช้เนื้อมนุษย์มาเป็นวัตถุดิบ ในการทำอาหารและเก็บศพของมนุษย์ไว้ในห้องเย็นแช่แข็ง การเผยแพร่ลงสื่อออนไลน์ดังกล่าวแม้มีเป้าหมายเพื่อสร้างเรื่องตลกเฮฮา ทำให้รู้สึกขบขัน แต่สำหรับเจ้าของร้านกลับได้รับผลกระทบด้านลบทันที เพราะมีผู้รับข่าวสารบางส่วนเชื่อว่า “เป็นเรื่องจริง” ผู้รับสารที่เชื่อว่าเป็นเรื่องจริงต่างโทรศัพท์ไปตำหนิต่อว่าเจ้าของร้าน บางรายถึงกับคุกคาม และสุดท้ายเจ้าของร้านกลับถูกจับกุม (BBC, 2017) เรื่องดังกล่าวในภายหลังกลับพบว่า เป็นการนำเสนอข่าวปลอม ไม่มีข้อเท็จจริงแต่อย่างใด เป็นการเขียนขึ้นโดยผู้เขียนนิรนามแล้วเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต จนทำให้เกิดข่าวลือและการคาดเดาไปต่างๆ นานา

รูปแบบที่สาม คือ เป็นความตั้งใจ (intention) จงใจสร้างข่าวขึ้นเพื่อหวังผลประโยชน์ทางการเมือง Dentith (2017: 66) พบว่า ข่าวปลอมมักเป็นการ “กล่าวหา” กันโดยธรรมชาติ ที่ซึ่งคำกล่าวหาเหล่านั้นต้องการโน้มน้าวให้คนเชื่อ และกลายเป็น “เครื่องมือเชิงโวหาร” (rhetorical device) เพื่อบ่อนทำลายกัน และกัน ซึ่งการจะตรวจสอบว่าถูกต้องหรือไม่ ก็กลับพบว่าทำได้ยากมาก Balmas (2014) และ Rubin et al. (2015 & 2016) เสนอว่า ข่าวที่ตั้งใจทำการผลิตแบบจริงจังเพื่อหลอกคนอื่นมีอย่างน้อย 2 มิติร่วมกัน คือการไม่นำเสนอข้อเท็จจริงอย่างถึงที่สุด (facticity) กับการหลอกลวง (deception) ที่สะท้อนความตั้งใจผลิตข่าวปลอมเพื่อจุดประสงค์บางอย่าง

รูปแบบที่สามที่เกิดขึ้นในชุมชนออนไลน์นี้ อาจมีเส้นแบ่งไม่ชัดเจน ระหว่างการกล่าวหาว่าสื่อทำข่าวปลอมกับกระแสการหาเสียงของนักการเมือง ดังเช่น กรณี โดนัลด์ ทรัมป์ ระบุว่า องค์กรข่าวอย่าง The New York Times หรือ CNN ผลิตข่าวปลอมขึ้นมา โดยรายงานข่าวจับผิดการทำงานของตน (scrutinize his administration) ทรัมป์ถึงกับระบุว่า CNN ทำข่าวขยะ (garbage journalism) และบอกว่า สื่อจอมปลอมเหล่านี้พยายามที่จะหยุดตนไม่ให้ไปถึงทำเนียบขาว (Byrnes, 2017) กรณีเช่นนี้เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ทำให้กลายเป็นเรื่องทางการเมือง ในลักษณะที่ทำให้คนทั่วไปเกิดอารมณ์ร่วม หรือให้เนื้อหาตอบสนองผู้อ่านที่ต้องการจะได้ยินเกี่ยวกับเรื่องนั้น สร้างความเป็นพวกพ้องแบ่งฝักฝ่าย

(hyperpartisan news) ซึ่งบ่อยครั้งก็พบกิจกรรมอื่นๆ ตามมาเป็นระลอกบนสื่อออนไลน์ เช่น การเลียนแบบตราโลโก้ของสื่อกระแสหลักเพื่อประชาสัมพันธ์เป้าประสงค์การเมืองของตนลงในทวีตเตอร์หรือในฟอรัมทางการเมืองในเฟซบุ๊กหรือเขียนในบล็อก (blog)

ตัวอย่างแหล่งเว็บไซต์ที่สร้างข่าวทางการเมืองและมีอิทธิพลสูงมากในสหรัฐอเมริกา เช่น Breitbart (breitbart.com) จัดทำโดยกลุ่มเอนเอียงฝ่ายขวา (right-leaning group) และ Infowars (infowar.com) ที่ก่อตั้งโดย Alexander E. Jones นักทฤษฎีฝ่ายขวาสุดขั้วของสหรัฐอเมริกา (Roig-Franzia, 2016) ที่มักโจมตีสื่อกระแสหลักในสหรัฐอเมริกาว่า มีอคติกับโดนัลด์ ทรัมป์ ความรุนแรงถึงขนาดที่ว่า Infowars สร้างแคมเปญรณรงค์ขึ้นในปี ค.ศ. 2017 ระบุว่า CNN เป็นสื่อของผู้ก่อการร้าย (terrorist media) (Hill and Bradshaw, 2019: 50) นอกจากนี้ ยังมีกรณีตัวอย่างเหตุการณ์ยิ่งกันในโรงเรียนในรัฐฟลอริดาเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2018 พบว่า มีการแพร่กระจายข่าวปลอมเชิงปลุกปั่นในโลกออนไลน์ ชี้นำประเด็น “ทฤษฎีสมคบคิด” ว่า เหตุการณ์ยิ่งกันเป็นการจัดฉากขึ้นให้นักแสดงมาวางแผนทำขึ้นโดยกลุ่มเรียกร้องให้มีกฎหมายควบคุมอาวุธปืน มีการใช้ทวีตเตอร์และยูทูบติดแฮชแท็กยอดนิยมอย่าง #parkland #guncontrolnow และ #Florida เป็นต้น ในแง่นี้ โซเชียลมีเดียจึงกลายเป็น “สนามรบ” ของการโฆษณาชวนเชื่อปะทะกันทางการเมือง การบิดเบือนข้อมูลอย่างผิดๆ ของกลุ่มผู้แบ่งฝักฝ่ายทางการเมือง (hyperpartisan) นำเสนอข้อมูลปลุกปั่น ทำให้เกิดความสับสน และหวังผลประโยชน์ของตนหรือกลุ่ม และเมื่อข่าวปลอมถูกปล่อยและถูกแชร์ออกไปผ่านเครือข่ายออนไลน์ทั่วโลก ในบางครั้งสื่อกระแสหลักเอง เพื่อตอบสนองต่อความรวดเร็วก็ “ตกหลุม” ร่วมผสมโรงในการเผยแพร่ข่าวปลอมหรือข่าวเชิงปลุกปั่นเหล่านั้นออกไป เพราะคิดว่าเป็นข้อเท็จจริงด้วยเช่นกัน

ทั้ง 3 รูปแบบและกรณีตัวอย่างที่ยกมาข้างต้น อาจชี้ให้เห็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้เกิดข่าวปลอมบนสื่อออนไลน์ที่ทั้งเสพและส่งได้ง่ายขึ้นนั้น มาจากเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสื่อออนไลน์ที่ค่อยๆ เปลี่ยนไปตามความก้าวหน้าเป็นลำดับ กล่าวคือ ในช่วงคลื่นลูกแรกเมื่อต้นทศวรรษ 1990 ผู้คน

ยินดีกับสื่อที่มีลักษณะเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น ที่ไม่จำเป็นต้องเสียเงินจำนวนมากเพื่อตีพิมพ์สิ่งพิมพ์หรือเป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ หรือต้องจ่ายเงินซื้อสื่อในราคาแพง ก็สามารถเผยแพร่เนื้อหาประชาสัมพันธ์ได้ เงื่อนไขเชิงโอกาสนี้นำไปสู่การเปิดเสียงและความคิดของคนทั่วไปให้ได้ยินรับฟังโดยทั่วกันในราคาถูกลง จนมาถึงคลื่นลูกที่สอง เมื่อช่วงทศวรรษ 2000 ที่มีตัวอย่างของการใช้แพลตฟอร์มบล็อกกิ้ง เปิดโอกาสให้แต่ละคนสร้างบล็อกส่วนตัวนำเสนอความเห็นและข่าวของตนเองได้ เช่น ผ่าน blogger.com ที่เกิดขึ้นปี 1999 และ wordpress.com ในปี 2005 หรือเว็บไซต์ข่าวอิสระ เช่น Huffington ในปี 2005 และ BuzzFeed ในช่วงต่อมา คลื่นลูกที่สามเกิดขึ้นหลังปี 2006 เป็นต้นมา ที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีพัฒนาก้าวหน้าและมีราคาถูกลงมากยิ่งขึ้น เปิดให้คนทั่วไปสามารถถ่ายรูปและวิดีโอจากโทรศัพท์มือถือได้อย่างสะดวกและมีคุณภาพ และเข้มข้นมากขึ้น ในปี 2015 เมื่อเทคโนโลยีการให้บริการถ่ายทอดสด (live streaming video) ของ Periscope เกิดขึ้น และในปี 2016 โซเชียลมีเดียอย่าง Facebook Live เปิดโอกาสให้ใครก็ได้ที่มีโทรศัพท์มือถือสมาร์ตโฟนสามารถตั้งสถานีโทรทัศน์ขึ้นเองได้อย่างง่ายๆ หรือทำการกระจายภาพสดทันเหตุการณ์จากสถานที่เกิดเหตุอื่นๆ ได้ ภายใต้อาณาเขตความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลดังกล่าวที่เปิดให้ใครก็ได้สามารถโพสต์เนื้อหาได้ตามใจต้องการในโลกออนไลน์ แม้ว่าด้านหนึ่งจะกลายเป็นโลกแห่งเสรีภาพที่เปิดความเป็นประชาธิปไตยมากขึ้น แต่อีกด้านก็ทำให้คนนิรนาม-มิฉฉาชีพสามารถร่วมวงเผยแพร่เนื้อหาต่างๆ เพื่อจุดมุ่งหมายซ่อนเร้นกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความปั่นป่วนและทำร้ายผู้คนได้เช่นกัน

ใครกัน...ที่สร้างข่าวปลอมในสื่อออนไลน์?

ปัจจุบัน แพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย กลายเป็นแหล่งรับข่าวสารหลักของคนยุคปัจจุบัน การทำให้เป็นดิจิทัลของข่าวเพ่งทำลายความหมายข่าวแบบเดิม เพราะว่าแพลตฟอร์มออนไลน์ให้พื้นที่แก่ผู้คนนอกเหนือจากนักข่าว ให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารทั่วไปได้ ลักษณะการให้ข้อมูลผิดๆ ทางแพลตฟอร์มออนไลน์กลายเป็นช่องทางใหม่ในการตอบสนองต่อเป้าประสงค์ของผู้กระทำ

แต่เมื่อเข้าไปดูแพลตฟอร์มออนไลน์ในรายละเอียด งานศึกษาของ Shu et al. (2017: 22-36) พบว่า บนแพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะโซเชียลมีเดีย ไม่เพียงแต่มนุษย์เท่านั้นที่ดัดแปลงแต่มีทั้งนำเสนอข่าวอย่างผิดๆ แต่กลับมีการสร้างบัญชีผู้ใช้ (user account) บนโซเชียลมีเดียเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อที่มาจาก “ปัญญาประดิษฐ์” (artificial intelligence) ด้วย ในที่นี้สามารถแบ่งกลุ่มผู้สร้างข่าวปลอมในสื่อออนไลน์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก คือ โซเชียลบอต (social bot) ไทรล (troll) หรือภาษาไทยสแลงปัจจุบันเรียกว่า “เกรียน” และผู้ใช้ไซบอร์ก (cyborg users)

โซเชียลบอต (Social Bot) หรือบัญชีผู้ใช้ที่ถูกสร้างและควบคุมโดยคอมพิวเตอร์อัลกอริทึม (computer algorithm) ในการผลิตเนื้อหา และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้มนุษย์ หรือแม้กระทั่งกับผู้ใช้ที่ไม่ใช่มนุษย์ที่เรียกว่า “โปรแกรมบอตอัตโนมัติ” (bot user) บนโซเชียลมีเดีย สำหรับข่าวปลอมแล้ว โซเชียลบอตเริ่มกลายเป็นกลุ่มอันตรายที่ถูกออกแบบมาเฉพาะจุดประสงค์ เช่น ม้าปับหัวเผยแพร่ว่าปลอมบนโซเชียลมีเดีย ตัวอย่างที่โด่งดังก็คือ กรณีการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาปี 2016 กลายเป็นที่ถกเถียงกัน ที่พบว่า ประมาณ 19 ล้านบัญชีบอต (bot accounts) ถูกทวิตสนับสนุน ไม่ว่า โดนัลด์ ทรัมป์ หรือ ฮิลลารี คลินตัน ในช่วงรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง (Bessi and Ferrara, 2016) งานศึกษาของ Allcott and Gentzkow (2017: 211-236) ก็ศึกษาประเด็นนี้ด้วยการวิเคราะห์ฐานข้อมูลออนไลน์ พบว่า มีการเผยแพร่ข่าวปลอมและถูกแชร์อย่างหนักเพื่อให้ประโยชน์กับโดนัลด์ ทรัมป์ ฐานข้อมูลของเขาชี้ว่า มีประมาณ 115 เรื่องปลอมที่สนับสนุนโดนัลด์ ทรัมป์ (pro-Trump fake stories) ถูกแชร์ผ่านทางเฟซบุ๊กรวม 30 ล้านครั้ง และมี 41 เรื่องปลอมที่สนับสนุนฮิลลารี คลินตัน (pro-Clinton fake stories) แชร์ผ่านทางเฟซบุ๊กจำนวนรวม 7.6 ล้านครั้ง ส่วนงานศึกษาของ Silverman (2016) พบเรื่องราวที่น่าสนใจๆ ที่ได้รับการแชร์มากที่สุดคือ เรื่องพระสันตปาปาฟรานซิสสนับสนุนโดนัลด์ ทรัมป์ (“Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for president”) (Ritchie, 30 December 2016) ซึ่งมีผู้เข้ามากดไลค์ แชร์ และให้ความเห็นเกือบ 1 ล้านคน

ถือว่าเป็นเรื่องท้อปฮิตที่ได้รับการอ่านมากกว่าข่าวหลักเรื่องจริงในสื่อมีอาชีพอย่าง *The New York Times* หรือ *Washington Post* และอื่นๆ เสียอีก

โทรล (Troll) หรือ “เกรียน” ในคำสแลงภาษาไทย หมายถึงผู้ใช้ที่เป็นมนุษย์ตัวจริงที่ตั้งใจจะป่วนชุมชนออนไลน์ และกระตุ้นผู้บริโภคสื่อให้ตอบสนองทางอารมณ์ และมีบทบาทสำคัญในการแพร่กระจายข่าวปลอมบนโซเชียลมีเดีย โทรลคือผู้สร้างโทรลลิง (trolling) ด้วยการโพสต์ข้อความในลักษณะละเมิดผู้อื่นหรือสร้างกระแสให้ชุมชนออนไลน์เชื่อว่าเป็นเรื่องจริง ตัวอย่างเช่น กรณีหลักฐานที่พบว่า มีโทรลชาวรัสเซียกว่า 1,000 คนที่แพร่ข่าวปลอมเกี่ยวกับฮิลลารี คลินตัน ส่งผลต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้คนในทางลบ ไม่ว่าจะเป็นความโกรธ กลัว สงสัย ไม่แน่ใจ (Bakir and McStay, 2018: 154-175)

ผู้ใช้ไซบอร์ก (Cyborg Users) หมายถึงการแพร่กระจายข่าวปลอมที่ใช้ทั้งกลุ่มโทรลและโซเชียลบอตร่วมกัน เช่น มนุษย์เป็นผู้ลงทะเบียนบัญชีไซบอร์กแบบอำพรางตัว (camouflage) จากนั้นตั้งโปรแกรมอัตโนมัติเพื่อทำหรือแสดงกิจกรรมต่างๆ บนโซเชียลมีเดีย สลับสับเปลี่ยนหน้าที่ทำงานระหว่างมนุษย์กับบอต ทำให้บัญชีไซบอร์กแพร่ข่าวปลอมออกไปทั่วในชุมชนออนไลน์ (Chu et al., 2012)

ข่าวปลอมในสื่อออนไลน์กับการควบคุมกำกับ

ปัญหาข่าวปลอมแพร่กระจายอย่างรวดเร็วบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทำให้เกิดการตั้งคำถามต่อการควบคุมกำกับ/จัดการข่าวปลอมในแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยเฉพาะการเรียกร้องให้องค์กร/บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียมีบทบาทมากขึ้นในการควบคุมกำกับ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ คณะกรรมาธิการยุโรป (the European Commission) ได้เรียกร้องให้บริษัทยักษ์ใหญ่ด้านเครือข่ายออนไลน์ อย่างเฟซบุ๊ก กูเกิล และทวิตเตอร์ มีกระบวนการกำกับดูแลข่าวปลอมและการลวงละเมิดกันทางออนไลน์ เช่น ช่วงการเลือกตั้งรัฐสภายุโรปในปี 2019 คณะกรรมาธิการยุโรปกำหนดให้ทั้ง 3 บริษัทเครือข่ายออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก กูเกิล และทวิตเตอร์ ลงนามในประมวลหลักการปฏิบัติ (the code

of practices) จัดทำรายงานประจำเดือนกิจกรรมเพื่อปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงของการวางโฆษณา เพื่อทำให้เกิดความมั่นใจเรื่องความโปร่งใสในการโฆษณาทางการเมืองและเพื่อตรวจสอบเนื้อหาปลอม การใช้บัญชีปลอมด้วย โดยคณะกรรมการการยุโรปจะจัดทำผลประเมินรายงานของบริษัทดังกล่าวทุกๆ 5 เดือน (European Commission, 2020)

นอกจากนี้ ปัจจุบันในระดับองค์กร เช่น บริษัทโซเซียลมีเดีย อย่างเฟซบุ๊ก กูเกิล ทวิตเตอร์ ประสบปัญหาอย่างหนักที่แพลตฟอร์มออนไลน์ของตนกลายเป็นพื้นที่กระจายข้อมูลผิดๆ ที่สร้างความสับสนทางการเมืองและการแสวงหาผลประโยชน์ ทั้งทางการเงินและทางการเมือง จากกลุ่มสร้างความแตกแยกแบ่งฝักฝ่ายที่อาจนำไปสู่ความรุนแรง (จิตติมา อรุณพัฒน์พงศ์, 27 กุมภาพันธ์ 2561) บางบริษัท เช่น เฟซบุ๊กประสบปัญหากับกรณีตัวอย่างการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ ปี 2016 ที่อัลกอริทึม (algorithm) ของเฟซบุ๊กจัดความสำคัญให้กับข่าวที่ผ่านการแชร์ และให้ความเห็นมากกว่าข่าวที่น่าเชื่อถือ ทำให้เฟซบุ๊กต้องปรับเปลี่ยนกฎกติกาและสร้างเกณฑ์ใหม่ขึ้นมา (Mosseri, 2016) ได้แก่ การประกาศคุณค่าหลักของฟีดข่าวลำดับความสำคัญให้แก่ 4 กลุ่มหลัก คือ (1) เพื่อนและครอบครัวมาก่อน (2) “ข้อมูล” ที่น่าสนใจมาก่อน ในที่นี้หมายถึงเนื้อหาที่มีประโยชน์ (3) โพสต์ที่ “น่าสนใจ/น่าสนุก” มาก่อน หมายถึงเนื้อหาที่คนมีส่วนร่วมได้ประโยชน์ และ (4) เรื่องจริงเชื่อถือได้ (authentic) มาก่อน รวมทั้งยังได้สร้างกติกาบทลงโทษผู้ผลิตข่าวปลอม หรือกลุ่มคนที่เฟซบุ๊กเรียกว่า “Hoaxes” หรือข่าวไวรัสหลอกลวง หนึ่งในรูปแบบการก่อกวนที่มีผลต่อผู้ใช้คอมพิวเตอร์จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์พาดหัวข่าวแบบเชยชวนใครรู้ (click-bait) ทำให้อ่านน่าสนใจ แต่เนื้อหาปราศจากข้อเท็จจริง หรือกลุ่มเนื้อหาแบบสแปมส่งข้อความโฆษณาไปให้โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้รับ หรือลงโทษผู้ลงข่าวปลอมหากตรวจจับพบ โดยเฟซบุ๊กจะบล็อกเพจนั้นๆ ไม่ให้สามารถซื้อหรือโฆษณาได้ (Shukla and Lyons, 28 August 2017)

สำหรับสถานการณ์ข่าวปลอมในประเทศไทยก็เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายเช่นกัน กองบรรณาธิการ TCIJ ได้นำเสนอผลงานของเครือข่ายมองข่าว ภายใต้การ

สนับสนุนของสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) ที่เก็บตัวอย่าง “ข่าวปลอม-ข่าวลือที่ไม่เป็นจริงในโซเชียล” ในช่วงครึ่งปี พ.ศ. 2562 พบ 5 ข่าวปลอมที่น่าสนใจ (TCIJ, 17 สิงหาคม 2562) ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการโฆษณาเกินจริง การให้ข้อมูลผิดในสินค้า เช่น การกินชาสมุนไพรแล้วทำให้ลำไส้อุดตัน เป็นต้น

ภายใต้สถานการณ์ข่าวปลอมที่ปรากฏในสื่อออนไลน์จำนวนมาก ทำให้หน่วยงานรัฐไทยมีแนวทางในการจัดการมากขึ้นผ่านการจัดตั้ง “ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอม” (Anti-Fake News Center) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ดีอีเอส) ได้ทำงานร่วมกับศูนย์ปราบปรามอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (PCT) (ศปอส.ตร.) มีเป้าหมายให้ศูนย์ดังกล่าวคอยติดตามตรวจสอบข้อมูลที่เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์และระบบอินเทอร์เน็ต ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมบอกตัวเองว่าเป็นหน่วยงานอิสระ ไม่ขึ้นต่ออิทธิพลของหน่วยงานหรือองค์กรใดๆ มีความเที่ยงธรรม ปราศจากอคติในการคัดเลือกข่าว ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ถูกต้องทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง สามารถอธิบายกระบวนการการพิสูจน์ตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อเท็จจริง เปิดให้ประชาชนสามารถตรวจสอบข้อเท็จจริงได้อย่างเปิดเผย ซื่อสัตย์ และโปร่งใส ศูนย์ดังกล่าวมี “คณะกรรมการประสานงานและแก้ไขปัญหาข่าวปลอมที่กระทบต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินประชาชน” ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ และสื่อมวลชน เข้าร่วมวางแผนกำกับการทำงาน ศูนย์นี้และคณะกรรมการฯ ได้จัดแบ่งข่าวปลอมเป็น 4 กลุ่ม คือ *กลุ่มแรก* ข่าวกลุ่มภัยพิบัติ เช่น น้ำท่วม แผ่นดินไหว เชื้อนแตก สึนามิ ไฟไหม้ *กลุ่มที่สอง* ข่าวกลุ่มเศรษฐกิจ การเงินการธนาคาร หุ่น *กลุ่มที่สาม* ข่าวกลุ่มผลิตภัณฑ์สุขภาพ วัตถุอันตราย เครื่องสำอาง รวมถึงสินค้าและบริการที่ผิดกฎหมาย และ *กลุ่มที่สี่* ข่าวกลุ่มนโยบายรัฐบาล ข่าวสารทางราชการ ความสงบเรียบร้อยของสังคม ชัดศีลธรรมอันดีและความมั่นคงในประเทศ โดยได้พัฒนาเว็บไซต์ที่ชื่อ www.antifakenewscenter.com เป็นศูนย์กลางในการตรวจสอบข่าวสาร ข้อมูลเท็จ และสามารถรายงานข่าวปลอมไปยังศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมนี้ได้ (เนชั่นสุดสัปดาห์, 1 พฤศจิกายน 2562)

นักข่าวกับกระบวนการตรวจสอบข่าวปลอม

ปัจจุบัน การสร้างข่าวปลอมเกิดขึ้นได้อย่างง่ายดาย และกลายเป็นภัยคุกคามที่เผยแพร่อย่างรวดเร็วผ่านอัลกอริทึมของเครือข่ายออนไลน์ ที่ซึ่งคอมพิวเตอร์ไม่มีแนวคิดในสิ่งที่เรียกว่าจริงหรือปลอม นักข่าวในสถานการณ์ปัจจุบันจำเป็นต้องพิสูจน์ต่อสาธารณชนในฐานะนักข่าวมืออาชีพ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพภายใต้กฎหมาย และมีจริยธรรมของความเป็นสื่อมืออาชีพ สร้างความน่าเชื่อถือผ่านการทำข่าวที่ถูกต้องและไว้วางใจได้ (Kovach and Rosenstiel, 2014)

Borden and Tew (2007: 300-314) เสนอว่า หน้าที่การทำข่าวในปัจจุบันอาจไม่เพียงพออีกต่อไปที่จะเพียง “ลงมือ” (act it) ทำหรือเลียนแบบ (imitate it) แต่จะต้อง “มีชีวิต” (live it) หรือ “อยู่กับ” (be it) ข่าว เพื่อสร้างจริยธรรมสื่อสารมวลชนในฐานะที่มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะบทบาทใหม่ในฐานะ “นักวิพากษ์สื่อ” ทำการวิเคราะห์กลุ่มนักข่าวหรือผู้เขียนข่าวลอกเลียนด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้ให้นักข่าวยังสามารถมีความรับผิดชอบ และมีพันธสัญญาทางศีลธรรมต่อสาธารณชนได้ต่อไป

ในสถานการณ์ปัจจุบันท่ามกลางการเกิดขึ้นของข่าวปลอมจำนวนมาก หลักการสำคัญที่นักข่าวควรถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ในฐานะนักข่าวมืออาชีพที่รับผิดชอบต่อสังคมและทำงานบริการให้แก่สังคมสาธารณะ ได้แก่ **หลักการแรก** การนำเสนอข้อเท็จจริง เชื่อสัตย์ต่อประชาชน ต้องนำเสนอข่าว/รายงานข่าวที่เป็นกลางและยุติธรรม รักษาความเป็นอิสระจากการถูกรองรับหรือชักจูงผลประโยชน์ใดๆ ไม่เอนเอียงต่ออำนาจและผลประโยชน์ รวมทั้งต้องรักษาหน้าที่เป็นเวทีเปิดความเห็นวิพากษ์วิจารณ์ตรวจสอบกลุ่มอำนาจให้แก่สาธารณชน **หลักการที่สอง** การตรวจสอบข้อมูลข้อเท็จจริง (fact-checking/verification) ความถูกต้องของข้อมูลหรือข้อความที่น่าสงสัย ไม่ว่าจะเป็นคำปราศรัยของนักการเมือง สำหรับเว็บไซต์ที่อาจช่วยตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ เช่น factcheck.org, fullfact.org, politifact.com, snope.com เป็นต้น

นอกจากนี้ การรายงานข่าวที่ดี (Timokhina, 2012 cited in Hill and Bradshaw, 2019: 56) จะต้องหมายถึงการนำเสนอข่าวที่ถูกต้องชัดเจน

หลักเลียงอคติ นำเสนอมุมมองหลากหลาย มุ่งมั่นกับข้อมูลความเป็นจริง ใช้แหล่งข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง พัฒนาทักษะของผู้อ่าน รักษาเครือข่ายชุมชนและเชื่อมประสานจตุรรอยต่อ เป็นข่าวเปิดและโปร่งใส ให้อารมณ์ความรู้สึกร่วม และสามารถผนวกเอาการพัฒนาทักษะเชิงเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าไปร่วมได้

Hill and Bradshaw (2019: 67-89) ได้ยกตัวอย่างกรณีเหตุการณ์หนึ่งเพื่อเป็น “อุทาหรณ์” แก่นักข่าวในแง่การทำงานแบบมืออาชีพ การค้นหาเรื่องราวเพื่อทำข่าว การถูกคิดขวนสงสัย และที่สำคัญคือ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเหตุการณ์ที่ได้รับ เขายกกรณีเหตุการณ์เมื่อเดือนกันยายน 2003 ที่ Shafilea Ahmed สาวอายุ 17 ปีหายตัวไปจากบ้านในอังกฤษ ช่วงกว่า 5 เดือนที่หายตัวไป ระหว่างนั้นครอบครัวพ่อแม่ได้เฝ้าติดตามตลอด ถึงกับเชิญนักข่าวมาที่บ้านเพื่อแถลงข่าว และขอความช่วยเหลือให้ช่วยติดตาม ครอบครัวได้แสดงท่าทีประดุจดังพ่อแม่ทั่วไปที่รักและห่วงใยลูก จนนักข่าวหรือตำรวจไม่สนใจ คดีหายตัวไปนี้ใช้เวลา 7 ปีกว่าความจริงจะปรากฏ และกลายเป็นข้อเท็จจริงที่กลับตาลปัตรคนละเรื่อง เมื่อ Alesha Ahmed พี่สาวของ Shafilea Ahmed ที่หายไปได้แจ้งให้แก๊งติดอาวุธเข้าปล้นบ้านของตัวเองในปี 2010 จากนั้น Alesha ถูกตำรวจจับ และยอมรับสารภาพว่าก่อคดีว่าจ้างปล้นบ้านตัวเอง แต่เธอยังให้การเรื่องที่เคยเกิดขึ้นในอดีตกับน้องสาวของเธอว่า เธอได้เห็นพ่อแม่รัดคอ Shafilea Ahmed น้องสาวของตัวเองด้วยถุงพลาสติกจนเสียชีวิต และกำจัดร่างน้องสาวทิ้งเพื่อไม่ให้สงสัย

คำให้การของ Alesha Ahmed พี่สาวนำไปสู่การค้นหาหลักฐานเพิ่มเติมของตำรวจ และในที่สุดก็จับกุมพ่อแม่ผู้ฆ่าลูกสาวตัวเอง และศาลตัดสินจำคุกพ่อแม่ตลอดชีวิต พ่อแม่ให้เหตุผลว่า การฆ่าลูกสาวของตนเองเป็น “การฆ่าเพื่อศักดิ์ศรี” (honor killing) ที่เกิดขึ้นจากการแต่งงานที่จัดหาให้ (Hill and Bradshaw, 2019: 67-68)

คดีนี้ชี้ให้เห็นว่า พ่อแม่ของครอบครัวนี้ ในฐานะแหล่งข่าวได้แถลงข่าวโกหกต่อหน้าสื่อมวลชนจำนวนมาก และในกระบวนการดังกล่าวได้ทำให้ทั้งเจ้าหน้าที่ตำรวจและนักข่าวต่างหลงเชื่อไม่ตั้งใจสงสัยใดๆ และยังชี้ให้เห็นว่า แหล่ง

ข้อมูล แหล่งข่าวสามารถตกแต่งเรื่องราว ทำให้ข้อมูลผิดเพี้ยนไปจากข้อเท็จจริง เมื่อพวกเขาพูดต่อหน้าสื่อ นักข่าว ดังนั้น การตรวจสอบข้อมูลอย่างเป็นระบบ จึงเป็นหัวใจสำคัญของนักข่าวมืออาชีพ และแน่นอนว่า ต้องใช้เวลาและมีความ ละเอียดระมัดระวังมากขึ้น เพื่อให้ได้ข่าวที่มีคุณภาพ มีความรับผิดชอบต่ออาชีพและสังคม

สำหรับกระบวนการตรวจสอบเพื่อให้นักข่าวแน่ใจในการนำเสนอข่าว ในยุคดิจิทัล แบ่งเป็น 2 ส่วนสำคัญ คือ (1) การตรวจสอบในเชิงหลักการ (verification in principle) กับ (2) กระบวนการตรวจสอบเชิงปฏิบัติ (verification in practice)

การตรวจสอบในเชิงหลักการ มี 3 ประการสำคัญ คือ *ประการแรก* ต้องแน่ใจว่า แหล่งข่าวที่ให้ข่าวข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ และช่วยให้ผู้ใช้ตัดสินใจได้ว่า ข้อมูลเหล่านั้นมีที่มา ถ้าหากนักข่าวพึ่งพาแต่แหล่งข้อมูลออนไลน์ ก็จำเป็นต้อง ทำให้ตัวเองคุ้นเคยกับเทคนิคพื้นฐานในการตรวจสอบแหล่งออนไลน์ว่า เป็นกลุ่ม ตัวป่วนหรือไม่ เครื่องมือหรือโปรแกรมที่ช่วยตรวจสอบบัญชีรายชื่อของกลุ่ม เว็บมิชจาชีพ (hoax) ให้ได้ ตัวอย่างเช่น การสังเกต “red flag” หรือสัญญาณ เครื่องหมายแสดงข้อความที่ดูมีพิรุธน่าสงสัย เช่น ในปี 2016 เพชบุรีเคยติด เครื่องหมายเตือนผู้ใช้ว่า ข้อความหรือโพสต์ที่เห็นมีความน่าสงสัย แต่ได้ยกเลิก ไปในปี 2017 เพราะผลที่ได้กลับทำให้ผู้ใช้เชื่อมากขึ้น (South China Morning Post, 2016; BBC News, 2017)

ประการที่สอง นักข่าวควรปลูกฝังความช่างสงสัย (skepticism) และ ความคิดแบบเคลือบแคลง แต่ไม่ใช่ความคิดแบบดูแคลน (cynicism) ความช่าง สงสัย หมายถึง การมีคำถามและต้องการทดสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา ต่างๆ ของข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลในรูปแบบเนื้อหา ภาพ วิดีโอ หรือเสียง การ รายงานว่า “...เขาหรือเธอกำลัง...” ควรจะได้รับการตรวจสอบข้อเท็จจริงก่อน ว่า อะไรที่คนเหล่านั้นกำลังจะบอกกับนักข่าว หากแหล่งข่าวไม่สามารถให้ หลักฐานที่จะสนับสนุนข้อกล่าวอ้างได้ ก็จำเป็นต้องไตร่ตรองให้ดี

ส่วนความคิดแบบดูแคลน (cynicism) แตกต่างไปจากความช่างสงสัยอย่างสิ้นเชิง เพราะหมายถึงความเชื่อว่า มนุษย์มีแรงจูงใจจากความสนใจในตัวเอง กรณีเช่นนี้จะนำไปสู่การคิดในเชิงสมคบคิดทางอินเทอร์เน็ต และปฏิเสธที่จะไว้วางใจสิ่งต่างๆ ที่กำลังอ่านอยู่ ไม่ว่าแหล่งที่มาจะมาจากไหนก็ตาม ดังนั้น นักข่าวควรคิดไว้เสมอว่า แม้จะมีการทำข่าวหลอก แต่นักข่าวต้องแน่ใจว่าการทำข่าวที่มีข้อเท็จจริงที่สามารถพิสูจน์ได้นั้นมีอยู่จริง นอกจากนี้ ความคิดแบบดูแคลน (cynicism) อาจมองเห็นได้จากแหล่งข่าว ตัวอย่างเช่น นักการเมือง ที่เรามักได้ยินเสมอว่า นักการเมืองมักโกหกหรือบิดเบือนเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง และเมื่อนักข่าวไปสัมภาษณ์ก็จะพบว่า นักการเมืองเหล่านั้นมักนำเสนอภาพตนเองว่าเป็นคนทำงานหนักเพื่อสาธารณชน และวาดหวังให้โลกที่เป็นอยู่ดีขึ้น แทนที่เราจะคิดแบบดูถูกดูแคลนมองภาพลบ ก็อาจจะต้องเปลี่ยนมุมมองไปสู่การพิจารณาเงื่อนไขอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเงื่อนไขแรงผลักดันทางการเมืองและเศรษฐกิจจำนวนมาก ที่อาจจะปิดกั้นไม่ให้นักการเมืองให้ทำได้ตามสัญญา เมื่อเปลี่ยนมุมมอง จะทำให้นักข่าวสามารถเปลี่ยนคำถามที่จะถามนักการเมืองได้ด้วย เช่น การถามว่า อะไรที่เป็นสาเหตุให้ทำไม่ได้ แทนที่จะเพิกเฉยหรือด่วนสรุปไปก่อนหน้า

ประการที่สาม ในระหว่างกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริง นักข่าวต้องระวังเรื่อง “อคติทางการเมืองและอคติส่วนตัว” เพราะอาจถูกหลอกได้ง่ายเมื่อข้อมูลที่แหล่งข่าวให้มาต่างเจือปนไปด้วยทัศนคติ นอกจากนี้ นักข่าวต้องพึงระวังการทำข่าวแนว “อคติยืนยัน” (confirmation bias) (Hill and Bradshaw, 2019: 68) เช่น การทำข่าวที่สนับสนุนทัศนคติของตน (pro-attitudinal news exposure) การค้นหาข่าวที่ยืนยันอคติของเรา หรือหลีกเลี่ยงข่าวหรือข้อมูลที่ขัดแย้งกับทัศนคติของตน (counter-attitudinal news exposure) ต่างเป็นเรื่องอันตรายและผิดไปจากหลักจริยธรรมสื่อในฐานะมืออาชีพ (Song, 2016 cited in Hill and Bradshaw, 2019) เช่น นักข่าวอาจจะคิดว่ามีเรื่องที่สำคัญเรื่องหนึ่ง และค้นหาข้อมูลสนับสนุนอย่างดี ขณะที่ก็เพิกเฉยข้อมูลบางส่วนที่จะพาเรื่องไปในทิศทางที่แตกต่างหรือไปอีกทาง ดังนั้น ในฐานะนักข่าว จำเป็นต้องระวังเรื่อง “อคติยืนยัน” ที่อาจจะเกิดขึ้นกับตัวนักข่าวในระดับจิตใต้สำนึกทำไปอย่างนั้น

ไม่รู้ตัว ในแง่นี้ นักข่าวจึงไม่ควรค้นหาที่จะหลีกเลี่ยง “อคติยืนยัน” ที่อาจจะเกิดขึ้น แต่ให้มีสมมติฐานว่า มันกำลังจะเกิดขึ้น แต่ผนวกความรู้เข้าไปในกระบวนการ โดยการปรับขั้นตอน เพิ่มการวิจัยแหล่งข้อมูลที่ขัดแย้ง และพิจารณามุมมองของ เรื่องที่จะเขียนในเชิงทางเลือกเอาไว้ เช่น ประเด็นการได้รูปภาพสภาพอากาศที่ ผิดปกติจากพายุมาอยู่ในมือนักข่าว แต่เมื่อตรวจสอบแล้วกลับพบว่า กลายเป็น ภาพหลอก นักข่าวจะต้องสามารถพลิกประเด็น (twist) เล่นเรื่องนี้ใหม่ได้ ด้วยการพาดหัวตามข้อเท็จจริง ตัวอย่างเช่น “15 ภาพลวงจากเหตุการณ์พายุวันนี้” หรือ “เปิดผู้อยู่เบื้องหลังภาพถ่ายลวงทวีตเตอร์” หรือ “15 ภาพลวงพายุพวน ตำรวจ รับแจ้งเหตุ 55 สาย” เป็นต้น

สำหรับการตรวจสอบในทางปฏิบัติ (verification in practice) นั้น นักข่าวและห้องข่าว (newsrooms) ควรมีกระบวนการตรวจสอบอย่างจริงจัง และเป็นระบบตั้งแต่เริ่มต้น ได้แก่ เมื่อวางแผนข่าวรายวัน ไม่ว่าจากเหตุการณ์หรือ การแถลงข่าวบริษัท ห้องข่าวควรเตรียมพิจารณาว่า ข้อมูลจะหามาได้เพิ่มเติมจาก การแถลงนั้นอย่างไร ทั้งจากเครือข่ายออนไลน์หรือจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ควร จะมีรายชื่อของแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือในเครือข่ายออนไลน์ก่อนล่วงหน้า และติด ตั้ง “การติดตาม” คน/แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องให้กับกลุ่มนักข่าวเมื่อลงไปในพื้นที่ เป็นต้น นอกจากนี้ ควรทำแนวปฏิบัติในการตัดสินใจ กำหนดขั้นตอนการทำงาน คู่มือการไหลของกระบวนการตรวจสอบ เช่น การทำ “รายการ” (checklist) ของ การตรวจสอบ ให้ตอบว่าได้ทำไปแล้วหรือไม่ เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้มาก่อนที่จะนำ ไปโพสต์หรือตีพิมพ์ ให้ทำรายการขั้นตอนการทำงานให้ชัดเจน เพื่อลดปัญหาข้อ ผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น ในเรื่องเหล่านี้อาจจะใช้โปรแกรมช่วยได้ เช่น FreeMind (freemind.sourceforge.net) ที่ช่วยนักข่าวสร้าง “แผนที่ความคิด” จัดการงานข่าว ช่วยแบ่งงาน และสามารถเชื่อมโยง link ไฟล์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นสร้างเป็น ฐานข้อมูลให้ได้ เป็นต้น ทั้งนี้ Hill and Bradshaw (2019) ได้แบ่งกระบวนการ ตรวจสอบเชิงปฏิบัติออกเป็น 3 ประการ ได้แก่

ประการแรก ตรวจสอบคน โดยใช้เครื่องมือช่วยในการตรวจสอบแหล่ง ข้อมูล แบ่งเป็น การตรวจสอบเนื้อหาในตัวเอง กับ การตรวจสอบแหล่งที่มา

ของเนื้อหาเหล่านั้น เพราะว่าหากเนื้อหาดี แต่แหล่งที่มากลับไม่ใช่ต้นกำเนิดแรก (origin) จะส่งผลให้เกิดความเคลือบแคลงสงสัย ไม่น่าเชื่อถือได้

ปัจจุบันนักข่าวทำงานได้ง่ายขึ้น เพราะใช้เครือข่ายออนไลน์หาข่าวและพัฒนาเนื้อหาข่าวเพื่อตีพิมพ์เป็นของตัวเอง แต่นักข่าวและห้องข่าวยุคใหม่อาจทำให้ตัวเองกลายสภาพเป็นเหมือน “โรงงานข่าว” ที่นักข่าวตระเวนค้นหาเว็บไซต์เพื่อเขียนเรื่อง และใช้เวลาทั้งวันเขียนข่าวแถลงมากกว่าจะยกหูโทรศัพท์คุย หรือออกไปพบแหล่งข่าวด้วยตัวเอง ซึ่งทำให้ปัจจุบันข่าวไม่ได้มีอะไรมากไปกว่าการก๊อปปี้กันไปมา หรือการรายงานข่าวลงไปลงมา การทำงานของนักข่าวที่สะดวกขึ้นเหล่านี้ไม่ควรแสดงความ “มั่งง่าย” ใช้เครือข่ายออนไลน์หาข่าวฟังฟังแหล่งข้อมูลหรือที่มาของข้อมูลจากเครือข่ายออนไลน์ทางเดียว แล้วนำมาโพสต์ต่อในแพลตฟอร์มของตน วิธีการที่ง่าย ๆ ไม่ลำบากแต่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้ดี และแสดงศักยภาพของความเป็นนักข่าวได้ดี ก็คือ การยืนยันตรวจสอบข้อมูลที่ได้มา เช่น การโทรศัพท์หรือเดินทางไปพบแหล่งข่าวที่เป็นต้นเรื่องเพื่อยืนยันข้อมูล จะเป็นวิธีที่ง่ายและยืนยันได้ดีที่สุดว่า เขาเป็นใคร ได้กล่าวเช่นนั้นหรือไม่ และสามารถขยายความเนื้อหาข่าวต่อไปได้อย่างไร

นอกจากนี้ การเพิ่มทักษะแสดงศักยภาพตรวจสอบแหล่งข่าว Hill and Bradshaw (2019) เสนอ 2 วิธีง่าย ๆ คือ วิธีแรก นักข่าวควรสร้างฐานข้อมูลรายชื่อติดต่อของแหล่งข่าว แหล่งข้อมูล จัดหมวดหมู่ มีทั้งอีเมล โทรศัพท์ บัญชีเครือข่ายออนไลน์ต่างๆ ของแหล่งข่าว เพื่อให้สามารถติดต่อได้ในยามต้องการ และเมื่อใช้รายชื่อดังกล่าว ก็ควรมีข้อสังเกตต่อแหล่งข่าวแต่ละคน บุคลิก หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้มาใช้ภายหลัง เช่น แหล่งข่าวคนนี้เป็นใคร เชี่ยวชาญด้านใด ความน่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหน เนื้อหาที่เขาพูดสามารถตรวจสอบได้มากน้อยแค่ไหน ข้อมูลที่นำเสนอมาให้เป็นอย่างไร ประเมินสถานการณ์ให้เพื่อเก็บเป็นฐานข้อมูล ส่วน วิธีที่สอง คือ หาเครื่องมือโปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการจัดการรายชื่อที่อยู่ติดต่อ หรือหาข้อมูลของแหล่งข่าว หรือติดตามสิ่งที่ผู้คนกำลังพูดถึงกันในหัวข้อต่างๆ ในเวลาจริง ส่วนใหญ่ห้องข่าวในสำนักข่าวต่างประเทศมักใช้กัน เช่น TweetDeck (<https://tweetdeck.twitter.com>) หรือ

Hootsuite (<https://hootsuite.com>) แพลตฟอร์มที่ใช้จัดการบัญชีทวิตเตอร์หรือโซเชียลมีเดียหลายบัญชีในคราวเดียว หรือโปรแกรม Kred (<http://home.kred>), Pipl (<https://pipl.com>) หรือ SocialMention (<http://socialmention.com>) เป็นโปรแกรมที่ใช้ช่วยค้นหาข้อมูลคนหรือเรื่องที่เรากำลังสืบเสาะในโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มอื่นๆ เป็นต้น

ประการที่สอง ตรวจสอบเว็บไซต์และผลการค้นหา สิ่งสำคัญของนักข่าวคือ ไม่ควรผลิตซ้ำเนื้อหาข่าวหรือเรื่องที่จะนำมาตีพิมพ์โดยปราศจากการตรวจสอบรายละเอียดอย่างระมัดระวัง เพราะมันสะท้อนความเกียจคร้านไม่ใส่ใจ และมักง่าย ที่อาจจะนำมาซึ่งปัญหาทางกฎหมาย หากเกิดความผิดพลาดขึ้นจากเรื่องที่ตีพิมพ์มาใช้งานศึกษาของ Julia Tylor (2014) พบว่า นักข่าวพึ่งพาการใช้เครื่องมือการค้นหา (search engine) เพื่อตรวจสอบข่าวที่ตนทำโดยใช้กูเกิล (Google) หรือ Bing หรือ LexisNexis เป็นหลัก โดยให้ความเชื่อถือกับผลของการค้นหาเหล่านั้นมากเกินไป ทั้งๆ ที่ระบบการค้นหาเหล่านั้นมักเป็นอัลกอริธึม (algorithm) ที่เลือกคัดมาให้ผ่านการตั้งคำถามซึ่งผลที่ได้มักจะเป็นเพียงผลลัพธ์ผิวเผินเท่านั้น

สำหรับเครื่องมือการค้นหาสำหรับนักข่าว ควรจะแสดงความซ้ำซ้อนมากกว่านั้น เช่น Bing ที่มีเครื่องมือช่วยค้นหาวิดีโอหรือ Chrome browser ก็มีเครื่องมือ extension ที่เรียกว่า Storyful Multisearch หรือ โปรแกรมโซเชียลเน็ตเวิร์กอย่าง Tumblr หรือ YouTube ที่ช่วยค้นหาเว็บทางสังคมจำนวนมาก หรือ Google Trend (<https://trends.google.co.th/trends/?geo=TH>) ที่ช่วยค้นหาเรื่องที่ท้อปฮิตมากที่สุดที่คนกำลังค้นหากันในเวลาจริง ซึ่งช่วยให้นักข่าวสามารถหาไอเดียสำหรับการเขียนงานหรือสื่อบันทึกข่าวได้เป็นอย่างดี หรือการใช้ Google Alert (<https://www.google.co.th/alerts>) เป็นเครื่องมือช่วยติดตามเรื่องใหม่ๆ ในความสนใจของนักข่าวได้ผ่านการกำหนดคำหลัก (keywords) เข้าไปเพื่อให้ Google Alert ส่งข่าวที่เกี่ยวข้องมายังหน้าอีเมลของผู้รับได้

นอกจากนี้ นักข่าวบางคนเข้าไปใช้กลุ่มเว็บมืด (dark web) ซึ่งจำเป็นต้องใช้อย่างระมัดระวัง เพราะเว็บไซต์เหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทาง

อาชญากรรม ผิดกฎหมาย ต้องระมัดระวังเรื่องข้อเท็จจริง และหลีกเลี่ยงการดาวน์โหลดไฟล์ที่อาจจะมีไวรัส ทั้งนี้ หากจะเข้าไปดูเว็บมืดเหล่านี้ ควรทำความเข้าใจเป็นพิเศษ และจำเป็นต้องใช้บราวเซอร์พิเศษด้วย เช่น Tor (torproject.org.) เป็นตัวย่อของ the Onion Router หมายถึงบริการที่ให้ท่องอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องเปิดเผยตัวตน สามารถซ่อนไอพีแอดเดรสจากเว็บไซต์ที่เข้าไปโดยเชื่อมต่อผ่านเซิร์ฟเวอร์กลางแบบสุ่มก่อนที่จะเชื่อมเว็บไซต์เป้าหมาย ทำให้เว็บไซต์ดังกล่าวไม่สามารถตามรอยต้นทางได้ มีการใช้หน้าเพจที่เป็นความลับด้วยการใช้ .onion แทนที่จะเป็น .com ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ด้วยบราวเซอร์ Tor เท่านั้น แต่การใช้ Tor มีข้อเสียดังกล่าวข้างต้นว่า ผู้ใช้งานมักถูกเหมารวมเป็นผู้ใช้ที่มีแนวโน้มกระทำความผิดกฎหมาย ซึ่งหน่วยงานรัฐมักเพ่งเล็งตรวจเฝ้าระวังทุกกิจกรรมออนไลน์ ดังนั้น เมื่อกลุ่มเห็นต่างทางการเมือง ผู้สื่อข่าว หรือคนทั่วไปใช้ ก็อาจถูกเพ่งเล็งจับตาด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังมีบราวเซอร์พิเศษอื่นๆ ได้แก่ DuckDuckGo (duckduckgo.com) ที่ไม่เปิดเผยตัวตน หรือนักข่าวอาจจะใช้ VPN (virtual private network) หรือ proxy ที่ช่วยทำให้การท่องอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยจากการไม่เปิดเผยไอพีแอดเดรสได้

ประการที่สาม การตรวจสอบเครือข่ายออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ที่ผ่านมานักข่าวมักใช้เครือข่ายออนไลน์เพื่อจุดประสงค์ต่างๆ ได้แก่ (1) การคาดการณ์หรือตั้งเตือนข่าวสถานการณ์ให้ได้รับข่าวสารทันสมัย (2) ใช้ตรวจสอบเนื้อหาเครือข่ายออนไลน์ เป็นการพิจารณาอย่างรวดเร็ว ว่า ใครโพสต์ข้อความวิดีโอ หรือให้เนื้อหาข่าวจริงหรือข่าวปลอม (3) ใช้ฟัง หมายถึงติดตามเครือข่ายหรือกลุ่มคนคุณภาพ เพื่อที่จะค้นพบเรื่องที่น่าสนใจหรือประเด็นที่ตนสนใจ (4) ตามรอยแนวโน้มหรืออารมณ์ความรู้สึกของกระแสเพื่อให้ข้อมูลแก่รายการและใช้ตั้งประเด็นข่าว (5) กระจายเนื้อหา หาผู้ฟังใหม่ๆ และได้รับความเห็นตอบสนองในสิ่งที่คนทั่วไปคิด (6) เข้าถึงกลุ่มแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้รวดเร็ว (7) ช่วยกระจายคำถามหรือปัญหาที่ต้องการคำตอบไปยังกลุ่มคนขนาดใหญ่ (crowdsourcing) เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องที่นักข่าวกำลังพัฒนา หรือถามเครือข่ายเพื่อขอคำแนะนำได้ง่าย (Schifferes et al., 2014)

แต่อย่างไรก็ดี การใช้เครือข่ายออนไลน์โซเชียลมีเดียอาจมีประโยชน์มากขึ้น หากทำความเข้าใจโปรแกรมที่ช่วยเอื้อในการทำงานตรวจสอบหรือเรียนรู้ ค้นคว้าเพิ่มเติม ตัวอย่างเครื่องมือหรือโปรแกรมต่างๆ ที่น่าจะเป็นประโยชน์แก่นักข่าว เช่น Facebook for media (<https://www.facebook.com/facebookmedia>) เป็นหน้ากระดานที่เปิดให้เฉพาะเพื่อสนับสนุนการทำงานของนักข่าว มีเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถทำงานได้สะดวกขึ้น เปิดคอลัมน์ trending now/emerging topic สำหรับการค้นหาและเขียนเรื่องราวที่สามารถเลือกกลุ่มที่ต้องการได้ (trend post) รวมทั้งปัจจุบันเฟซบุ๊กยังมีโครงการสนับสนุนการทำข่าวและเปิดให้นักข่าวโดยตรง (<https://www.facebook.com/journalismproject/>) เพื่อเสริมสร้างการเชื่อมต่อระหว่างนักข่าวกับชุมชนที่นำเสนอข่าว มีการทำหลักสูตรออนไลน์ฝึกอบรมทักษะนักข่าว เป็นต้น

โปรแกรม Banjo discovery (discovery.banjoapp.com) เป็นหน้ากระดานที่ช่วยค้นหาเนื้อหาและจัดการเนื้อหาในเครือข่ายออนไลน์ โดยใช้ตัวคัดกรองของเวลาและสถานที่เพื่อที่จะตีพิมพ์ข่าวสถานการณ์ขณะที่กำลังเกิดขึ้นได้ สามารถคัดแยกเนื้อหาจากหลายๆ แหล่งเครือข่ายออนไลน์ รวมทั้งเว็บไซต์ weibo ของจีนด้วย Cronycle (<https://cronycle.com>) เป็นเว็บไซต์สำหรับเครื่องมือการวิจัย ไม่ว่าจะเป็นนักข่าว นักศึกษา หรือนักวิชาการสามารถคัดกรองและพิมพ์เนื้อหาออนไลน์ได้ Dataminr (<https://www.dataminr.com>) คือ เครื่องมือวิเคราะห์และเฝ้าตรวจทวีตเตอร์ ซึ่งมีค่าใช้จ่าย แต่หากบางองค์กรข่าวได้เป็นสมาชิกก็จะมีประโยชน์ต่อนักข่าวอย่างมาก จุดเด่นคือ ความสามารถในการตั้งเตือนตามเวลาจริงเมื่อมีคนทวีตข่าวสำคัญ ผนวกเอาข้อความของกลุ่มองค์กรรัฐบาล หรือแถลงการณ์ แถลงข่าว และการวิเคราะห์คำค้นได้เป็นอย่างดี เช่น การอ้างอิงถึงคำว่า ระเบิด การอพยพ การชนกัน เป็นต้น

สรุป

บทความนี้ได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงเอกสาร สืบค้นและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารตัวอย่างจากต่างประเทศเพื่อตรวจสอบความหมายของข่าวปลอมในบริบท

ใหม่ยุคดิจิทัล และนำเสนอกระบวนการจัดการกับข่าวปลอมให้แก่นักข่าวและผู้ใช้สื่อ จากการศึกษาพบว่า ข่าวปลอมที่พุดกันอย่างกว้างขวางปัจจุบันไม่ใช่เรื่องใหม่เสียทีเดียว เพราะมีตัวอย่างให้เห็นมาตั้งแต่ในศตวรรษที่ 15 แต่ท่ามกลางความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสื่อสารยุคดิจิทัลในบริบทใหม่ กลับพบความซับซ้อนมากขึ้นในการนิยามความหมายและการผลิตข่าวปลอม บทความนี้พบลักษณะข่าวปลอมที่เกิดขึ้นในชุมชนออนไลน์ปัจจุบันอย่างน้อย 3 รูปแบบสำคัญ ได้แก่ รูปแบบแรกคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ดูเหมือนข่าวจริงซึ่งมีลักษณะร่วมกับในอดีต ขณะที่รูปแบบที่สองคือ การนำเสนอเชิงประชดประชันเสียดสีล้อเลียนที่เนื้อหาผิดหรือบิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง และรูปแบบที่สามคือ การตั้งใจสร้างข่าวปลอมเพื่อหวังผลทางการเมือง ทำให้คนเกิดอารมณ์ร่วมแบ่งฝ่าย สองรูปแบบหลังกลับมีความเข้มข้นมากขึ้นในสื่อออนไลน์ปัจจุบัน ที่สำคัญคือ กระบวนการสร้างข่าวปลอมในสื่อออนไลน์มีทั้งกลุ่มคนและเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ที่เป็นเครื่องมือสร้างข่าวปลอม ซึ่งนักข่าวควรมีกระบวนการตรวจสอบอย่างเป็นระบบและมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้นด้วย

บรรณานุกรม

ภาษาอังกฤษ

- Allcott, H. and Gentzkow, M. (2017). "Social Media and Fake News in the 2016 Election", *Journal of Economic Perspectives*, 31(2): 211-236.
- Bakir, V. and McStay, A. (2018). "Fake News and the Economy of Emotions: Problems, Causes, Solutions", *Digital Journalism*, 6(2): 154-175.
- Balmas, M. (2014), "When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism", *Communication Research*, 41(3): 430-454.
- Borden, S. and Tew, C. (2007), "The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons From "Fake" News (Seriously)", *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4): 300-314.
- Cantril, H. (2005), *The Invasion from Mars*, New Jersey: Princeton University Press.
- Chu, Z. et al. (2012), "Detecting Automation of Twitter Accounts: Are you a Human, Bot, or Cyborg?", *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*,

9(6): 811-824.

Dentith, M. (2017), "The Problem of Fake News", *Public Reason* 8(1-2): 65-79.

Gelfert, A. (2018), "Fake News: A Definition", *Informal Logic*, 38(1), 84-117.

Hill, S. and Bradshaw, P. (2019), *Mobile-First Journalism: Producing News for Social and Interactive Media*, London: Routledge.

Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2014), *The Elements of Journalism*, New York: Three Rivers Press

Marcus, J. (1993), *Mesoamerican Writing Systems: Propaganda, Myth, and History in Four Ancient Civilizations*, New Jersey: Princeton University Press.

Rubin, V. et al. (2015). "Deception Detection for News: Three Types of Fakes", *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1): 1-4.

_____. (2016), "Fake News or Truth? Using Satirical Cues to Detect Potentially Misleading News", *Proceedings of NAACL-HLT*, 7: 17.

Schifferes, S. et al. (2014), "Identifying and Verifying News through Social Media", *Digital Journalism*, 2(3): 406-418.

Shu, K. et al. (2017), "Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective", *SIGKDD Explore News*, 19(1): 22-36.

Tandoc, E. et al. (2017), "Defining Fake News", *Digital Journalism*, 6(2): 137-153.

Tylor, J. (2014), "An Examination of How Student Journalists Seek Information and Evaluate Online Sources during the Newsgathering Process", *New Media & Society* 17(8): 1277-1298.

สื่อออนไลน์

จิตติมา อรุณพัฒน์พงศ์ (2561), "สงครามแฮชแท็กจากเหตุยิงที่ฟลอริดา เป้าหมายของเกรียนคืออะไร", สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2561 จาก <https://themomentum.co/russian-trolls-flood-twitter-shooting/>

เนชั่นสุดสัปดาห์ (2562), "เปิดแล้ว 'ศูนย์ต้านเฟคนิวส์' พุทธิพงษ์ จัดให้ เล็งจัดการข่าวเท็จ 4 กลุ่ม", สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563 จาก https://www.nationweekend.com/content/politics/2499?fbclid=IwAR3DR68_xR0kX02ma76fTqdpS75Qvu420OC6NOG-FZjr23DpjPB-BSFHHxts

Attkisson, S. (2018), "How Real Is Fake News? TEDx University of Nevada conference", retrieved 26 October 2019 from <https://sharylattkisson.com/2018/02/is-fake-news-real/>

BBC (2017), "Restaurant Hit by 'Human Meat' Fake News Claims", retrieved 26 October 2018 from <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/39966215/restaurant-hit-by-human-meat-fake-news-claims>

- BBC News (2017), "Facebook Ditches Fake News Warning Flag", *TECH*, retrieved 6 October 2020 from <https://www.bbc.com/news/technology-42438750>
- Bessi, A. and Ferrara, E. (2016), "Social Bots Distort the 2016 US Presidential Election Online Discussion", *First Monday*, 21(11), retrieved 29 June 2019 from <https://firstmonday.org/article/view/7090/5653>
- Byrnes, J. (2017), "Trump: CNN is 'Garbage Journalism'", retrieved 26 October 2018 from <https://thehill.com/homenews/administration/340350-trump-cnn-is-garbage-journalism>
- European Commission (2020), "Code of Practice on Disinformation", *Shaping Europe's Digital Future*, retrieved 3 October 2020 from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>
- Mosseri, A. (2016), "Building a Better News Feed for You", retrieved 20 October 2019 from <https://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you/>
- Ritchie, H. (2016), "Read All about It: The Biggest Fake News Stories of 2016", retrieved 20 October 2019 from <https://www.cnbc.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html>
- Roig-Franzia, M. (2016), "How Alex Jones, conspiracy theorist extraordinaire, got Donald Trump's ear", *The Washington Post*, retrieved 6 October 2020 from https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/how-alex-jones-conspiracy-theorist-extraordinaire-got-donald-trumps-ear/2016/11/17/583dc190-ab3e-11e6-8b45-f8e493f06fcd_story.html
- Shukla, S. and Lyons, T. (2017), "Blocking Ads from Pages that Repeatedly Share False News", retrieved 26 September 2019 from <https://newsroom.fb.com/news/2017/08/blocking-ads-from-pages-that-repeatedly-share-false-news/>
- South China Morning Post* (16 December 2016), "Facebook to Red-Flag Fake News with Help of its Users and Third-Party Fact-Checkers", retrieved 8 October 2020 from <https://www.scmp.com/news/world/article/2055104/facebook-red-flag-fake-news-help-its-users-and-third-party-fact-checkers>
- Silverman, C. (2016), "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News on Facebook", retrieved 26 October 2018 from <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.bp90yKJ1W>
- TCIJ (2562), "ส่อง 5 ข่าวปลอม-ข่าวลือที่ไม่เป็นจริงในโซเชียล ครึ่งปี 2562", สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2563 จาก <https://www.tcijthai.com/news/2019/8/current/9324>