

ความน่าเชื่อถือของการรายงานข่าวสารในยุค Big Data

เขมนิจ มาลาเว¹

บทคัดย่อ

รูปแบบการรายงานข่าวในยุค Big Data ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในเรื่องของความทันต่อเหตุการณ์และการตอบสนองความต้องการอันไม่จำกัดของผู้เสพสาร สื่อหลายสำนักจึงแข่งขันนำเสนอข่าว โดยละเลยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำเสนอ ทำให้พบรูปแบบการรายงานข่าว 8 ประเภท ที่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของข่าว ดังนี้ (1) การนำเสนอข่าวที่ละเมิดสิทธิผู้ที่ตกเป็นข่าว (2) การสร้างผู้ตกเป็นข่าวให้กลายเป็น 'ตัวละคร' ให้คนติดตาม (3) การไลฟ์สด (Live) ขัดขวางการทำงานของรัฐบาลและก่อให้เกิดอันตรายต่อผู้ที่ตกเป็นข่าว (4) การนำเสนอข่าวเกินจริงทำให้เกิดความตื่นตระหนกและเข้าใจผิด (5) การแชร์ข่าวต่อโดยขาดการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำเสนอ (6) การเสนอข่าวโดยใช้การพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบต (Click-bait) (7) สื่อทำหน้าที่เป็นผู้พิพากษานอกบัลลังก์ (8) การเสนอข่าวโดยใช้อารมณ์ไม่เป็นธรรม มีการบิดเบือนข้อเท็จจริง

ดังนั้นการย้ำเตือนให้นักวารสารศาสตร์ตระหนักถึงคุณค่าที่แท้จริงของการเป็นสื่อ คือ การคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความถูกต้องของข้อมูล (2) ความโปร่งใส (3) ความสมดุลหรือความเป็นกลาง (4) ความสมบูรณ์ของข้อมูล และ (5) การนำเสนอมีความเป็นมืออาชีพ จึงเป็นเรื่องสำคัญ

คำสำคัญ : ความน่าเชื่อถือของการรายงานข่าว Big Data รูปแบบการรายงานข่าว

¹อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต
e-mail: Khemanit.m@rsu.ac.th

Reliability of News Reporting in the Big Data Era.

Khemanit Malave¹

Abstract

News reporting in the big data era focuses on timeliness and responsiveness to recipients' unlimited needs. Most news agencies compete to report the news by neglecting to verify the accuracy of the information. This study found 8 types of news reporting that affect news reliability: 1) news reporting that violates people's privacy; 2) news reporting that intentionally creates drama by presenting a suspect as a character; 3) news reporting in the form of live broadcasting that obstructs the work of officials and causes harm to victims; 4) news reporting that is exaggerated and causes panic and misunderstanding; 5) news reporting that is shared on social media without verification of the truth; 6) news reporting with click-bait headlines; 7) news reporting where the media acts as a judge outside the courtroom; and 8) news reporting that is too emotional and unfair and distorts the truth.

Therefore, journalists must pay attention to the true value of journalism in maintaining news reliability, which consists of 5 components as follows: 1) accuracy of the information, 2) transparency, 3) balance/neutralization, 4) completeness of the information, and 5) professionalization of news reporting.

Keywords: Reliability of News Reporting, Big Data, News Reporting

¹ Teacher, College of Communication Arts, Rangsit University
e-mail: Khemanit.m@rsu.ac.th.

บทนำ

การเติบโตอย่างรวดเร็วของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอันสืบเนื่องจากการได้แรงหนุนจาก “สมาร์ทโฟน” ที่ปัจจุบันมีรุ่นที่มีราคาไม่แพงออกมามากมายหลากรุ่น หลายแบรนด์ ทำให้ใครๆ ก็สามารถเป็นเจ้าของและเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Covid-19) ที่ส่งผลกระทบต่อให้ผู้คนทั่วโลกต้องปรับวิถีชีวิตไปสู่ “ความปกติในรูปแบบใหม่” (New Normal) ที่ทุกคนไม่สามารถมาพบเจอหรือทำงานอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มใหญ่ได้ ต้องทำงานในรูปแบบ Work from Home (WFH) และสื่อสารกันผ่านทางสื่อออนไลน์เป็นหลัก ส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ใช้งาน Social Media ปัจจุบันมีประชากรทั่วโลกมากกว่า 2 ใน 3 มีโทรศัพท์มือถือ และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือจำนวนมากถึงร้อยละ 92.8 (we are social, 2021) และจากสถิติการใช้อินเทอร์เน็ตบนมือถือของผู้ใช้งานที่มีอายุระหว่าง 16 - 64 ปี ในประเทศไทย พบว่า มีการใช้งานเฉลี่ย 5.07 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 3 ของโลก และหากนับรวมการใช้อินเทอร์เน็ตทั้งระบบคนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเฉลี่ยวันละ 10 ชั่วโมง หรือคิดเป็นร้อยละ 41 ของการใช้เวลาภายใน 1 วัน (ข่าวสด, 2564) เช่นเดียวกับผลการสำรวจจาก Kantar Thailand ปี 2563 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563) ที่พบว่า การอยู่บ้านมากขึ้นส่งผลให้มีการใช้สื่อมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ ที่มีการเติบโตอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 75 ของผู้บริโภคบอกว่าใช้ Internet surfing มากขึ้น และร้อยละ 71 บอกว่าดู VDO Online มากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลจากมาร์เก็ตบัสซ ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของคนไทย จำนวน 700 คนทั่วประเทศ ในสถานการณ์โควิด-19 เมื่อช่วงกลางปี 2564 พบว่าสื่อที่คนไทยนิยมใช้สูงสุด ได้แก่ การใช้โซเชียลมีเดีย สูงถึงร้อยละ 81 การใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 65 การรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งคอนเทนต์ร้อยละ 50 และทีวีร้อยละ 47 (ผู้จัดการออนไลน์, 2564)

สำหรับพฤติกรรมกรอ่านข่าวของคนไทย จากผลการศึกษาพบว่า คนไทยชอบรับข่าวหลากหลายประเภท โดยเฉลี่ย 1 คนอ่านข่าวมากถึง 7.4 ประเภทด้วยกันซึ่งเป็นเรื่องความสนใจในประเภทข่าวที่มากกว่าค่าเฉลี่ยในเอเชียแปซิฟิกที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 7.2 ประเภท โดยคนไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 76 นิยมอ่านข่าวในรูปแบบข้อความและรูปร้อยละ 62 ชอบชมข่าวในรูปแบบวิดีโอภาพเคลื่อนไหว ผ่านทางยูทูปและแพลตฟอร์มวิดีโอแชนแนลอื่นๆ ร้อยละ 77 โซเชียลมีเดียร้อยละ 70 และผ่านทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของช่องทีวีร้อยละ 49 (Marketeer, 2020)

จากพฤติกรรมการใช้สื่อที่เปลี่ยนไปดังกล่าว ส่งผลให้ในช่วงที่ผ่านมาเกิดปรากฏการณ์ Media Disruption สื่อสิ่งพิมพ์ อาทิ นิตยสารข่าว หนังสือพิมพ์ ต่างทยอยปิดตัว และย้ายแพลตฟอร์มไปสู่การนำเสนอข่าวผ่านทางสื่อออนไลน์อย่างเต็มตัว ขณะเดียวกันสื่อโทรทัศน์เองก็ไม่สามารถต้านทานกระแสข่าวยุคข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ได้ ต่างตัดสินใจก้าวเข้าสู่การรายงานข่าวผ่านแพลตฟอร์มรูปแบบใหม่ควบคู่ไปกับการนำเสนอแบบเดิมที่เคยทำอยู่เช่นเดียวกัน

รูปแบบการรายงานข่าวในยุค Big Data

รูปแบบการนำเสนอข่าวจึงเปลี่ยนแปลงไป สู่การนำเสนอแบบมัลติมีเดีย (Multimedia) ที่มีทั้งข้อความ เสียง ประกอบภาพนิ่ง การใช้ภาพอินโฟกราฟิก (Infographic) และภาพเคลื่อนไหวหรือ การนำเสนอเป็นคลิปวิดีโอ (VDO Clip) ตลอดจนการนำเสนอข่าวแบบเรียลไทม์ (Real Time) ด้วยการไลฟ์สด (Live) จากสถานการณ์จริงผ่านทางโซเชียลมีเดีย (Social Media) อาทิ เว็บไซต์ (Website) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) นอกจากนี้หนังสือพิมพ์บางรายยังได้จับมือเป็นพันธมิตรกับ Line ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันยอดนิยมเพื่อรายงานข่าวสารผ่านทาง Line Today ซึ่งเป็นช่องทางเผยแพร่ข่าวสารที่

ได้รับความนิยมมากขึ้น และหลังจากที่เฟซบุ๊กมีการเปิดตัวฟีเจอร์ใหม่ Facebook Live ที่สามารถตอบโต้ด้วยเรื่องในเวลา ด้วยสามารถรายงานเหตุการณ์แบบเรียลไทม์ (Real Time) ได้อย่างรวดเร็ว ต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง ผนวกกับสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive) กับผู้รับสารได้ในทันที จะเห็นได้จากการที่ผู้รับสารสามารถแสดงอารมณ์ กดไลค์ (Like) กดแชร์ (share) และร่วมแสดงความคิดเห็นได้ในขณะที่ผู้รายงานข่าวกำลังถ่ายทอดสด ยิ่งส่งผลให้การรายงานข่าวรูปแบบใหม่ด้วยวิธีการ Live สด ได้รับความนิยมจากผู้รับสารมากขึ้น

ความสดใหม่หรือความทันต่อเหตุการณ์ (Timeliness) ที่ถือเป็นตัวชี้วัดศักยภาพในการดำเนินงานของนักข่าวและองค์กรสื่อ จึงยิ่งทวีความสำคัญ องค์กรสื่อหรือสำนักข่าวใดรายงานเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นหรือเพิ่งมีการค้นพบได้รวดเร็วที่สุด ถือว่าองค์กรสื่อนั้นมีประสิทธิภาพ สามารถเพิ่มจำนวนผู้อ่าน ผู้ติดตาม หรือสามารถเรียกยอดไลค์ (Like) ยอดแชร์ (Share) ในโลกโซเชียลมีเดีย (Social Media) ได้เป็นอย่างดี ดังการศึกษาของวิโรจน์ ศรีหิรัญ (2554) ที่ระบุว่า ข่าวต้องเป็นเหตุการณ์ที่สดใหม่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นานนัก (Immediacy) โดยเฉพาะในยุคสังคมข้อมูลข่าวสารที่เทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าอย่างมากในปัจจุบัน การสื่อข่าวยังต้องรายงานให้รวดเร็วที่สุด ยิ่งรายงานได้เร็วเท่าใดคุณค่าข่าวด้านนี้ก็ยิ่งมีมากขึ้น

รูปแบบการรายงานข่าวสดขณะเกิดเหตุการณ์ (Real Time) ที่เรียกแตกต่างกันไปว่า News Live, News Update หรือ Breaking News มีให้พบเห็นในเกือบทุกแพลตฟอร์ม ตอกย้ำว่าความทันเหตุการณ์เป็นคุณค่าข่าวข้อแรกที่สำคัญมาก หากข่าวถูกเสนอไม่ทันเหตุการณ์แม้จะมีประเด็นที่ดีเพียงใดก็แทบจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากประชาชนผู้รับสาร ส่งผลให้นักข่าวแต่ละสำนักทั้งสื่อกระแสหลัก และสื่อทางเลือกอย่างสำนักข่าวออนไลน์เชิงสร้างสรรค์ The Standard, Mango Zero, The MATTER, The Momentum รวมไปถึงเพจน้องใหม่ที่ผุดขึ้นมาสร้างพื้นที่การนำเสนอข่าวในสโตร์ของตนเองทางสื่อเฟซบุ๊ก (Facebook) อาทิ อีจัน อีเจียบเลียบด่วน และ Drama-addict เป็นต้น ต่างเร่งทำงานแข่งกับเวลาเพื่อให้สามารถผลิตข่าวพร้อมเสิร์ฟให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคชนิดวินาทีต่อวินาที และอย่างต่อเนื่องตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อดึงดูดใจให้ผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อของตนหรือเพื่อให้สำนักข่าวของตนสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะข้อมูลท่วมท้น (Information overload) ในยุค Big Data ที่ในแต่ละวันมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากมหาศาล (Volume) ที่มีความหลากหลาย ซับซ้อน (Variety) และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลา (Veracity) ถูกผลิตออกมาเพื่อให้ทันกับความต้องการเสพสารของผู้รับสาร

นอกจากสำนักข่าวทั้งกระแสหลักและกระแสทางเลือกจะตัดสินใจก้าวเข้าสู่พื้นที่ออนไลน์แล้ว นักข่าวหลายๆ คนก็ได้ผันบทบาทการเป็นผู้สื่อข่าวจากสื่อดั้งเดิมสู่การทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวบนแพลตฟอร์มออนไลน์เช่นกัน เช่น การก่อตั้งเพจ The Reporters เพื่อรายงานข่าวความเคลื่อนไหวทุกเหตุการณ์อย่างรวดเร็วฉับไวของคุณแยม ฐปนีย์ เอียดศรีไชย ผู้สื่อข่าวภาคสนามของรายการข่าว 3 มิติ ทางช่อง 3 (33 HD) รวมไปถึงการกลับมารายงานข่าวของคุณสรยุทธ สุทัศนะจินดา ที่เลือกกลับมาทำหน้าที่รายงานข่าวผ่านทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ก่อนที่จะกลับมาทำหน้าที่เป็นผู้ประกาศข่าวในรายการ “เรื่องเล่าเช้านี้” ให้กับทางช่อง 33 HD หรือช่อง 3 เดิม ซึ่งผลปรากฏว่าจากการเก็บข้อมูลในช่วงที่คุณสรยุทธรายงานข่าวผ่านการไลฟ์สดพบว่าการเติบโตของยอดวิว ยอดติดตามเพจคุณสรยุทธนั้นมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด หลังจากมีการไลฟ์ (Live) จะมียอดวิวเพิ่มขึ้นรวมไม่ต่ำกว่า 250,000 – 800,000 ครั้ง โดยเฉลี่ยแล้วการไลฟ์หนึ่งคลิปจะมียอดวิวอยู่ที่ 350,000 ครั้ง ถือได้ว่าได้รับกระแสตอบรับจากผู้เสพข่าวในตอนนั้นเป็นอย่างดี (Mango Zero, 2560) เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาการตอบสนองของผู้ชมผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ กรณีศึกษา รายการข่าวเที่ยงวันทันเหตุการณ์ของรายการสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 (นรภัทท์ อร่ามเรือง, 2560) ที่พบว่า โดยรวมแล้วผู้ชมบางกลุ่มมีความสนใจกับรายการเที่ยงวัน

สังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวสาร (วัฒน์ ภูวทิศ, 2560) ที่พบปัญหาและผลกระทบที่ได้รับจากการใช้ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรายงานข่าวใน 4 ประเด็น ดังนี้

1. ข้อมูลมีความผิดพลาดสูงเนื่องจากข้อมูลที่ปรากฏมีจำนวนมากและขาดการตรวจสอบหรือกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการเหมือนกับการรายงานในแบบดั้งเดิม โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดกล่าวว่า “ผู้นำข้อมูลมาใช้ไม่มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลหรือการติดต่อเพื่อขออนุญาตใช้ข้อมูลจากแหล่งข่าว ทั้งที่ข้อมูลทั้งหมดถือเป็นทรัพย์สิน (Asset) บางครั้งแม้จะรู้ข้อเท็จจริงเป็นอย่างไร หากไม่มีการยืนยันเป็นทางการก็ไม่สามารถรายงานได้ กรณีการนำเสนอแถลงการณ์ จากสำนักราชวังปทุมธานี กรณีการเสียชีวิตของนายสุริยัน สุจริตพลวงศ์หรือ หมอหยอง การหลบหนีเพื่อออกต่างประเทศของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับในคดีหมิ่นมาตรา 112 ก็ตาม ผู้สื่อข่าวบางคนไม่มีการตรวจสอบข้อมูลก่อนแต่ต้องการรายงานข่าวสารเร่งด่วน อีกทั้งระบบความปลอดภัยจากการถูกจารกรรมข้อมูล หรือผู้ทวิตและโพสต์ข้อมูลไม่ใช่แหล่งข่าวที่แท้จริง ซึ่งเทคโนโลยีจำนวนมากไม่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการรายงานให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว แต่ขณะเดียวกันก็เป็นเครื่องมือให้ผู้สื่อข่าวลอกกันได้มากขึ้น อย่างกรณีการนำข้อมูลจากกลุ่มไลน์ (Line Group) ซึ่งพบเห็นผู้สื่อข่าวหลายคนมักส่งข่าวให้ เพื่อนฝูงที่ไม่ได้มาทำข่าว บางคนส่งข่าวผ่านทางไลน์เพื่ออัปเดตทางเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์อีกด้วย วิธีการเช่นนี้มักทำให้ข่าวเกิดความผิดพลาดได้สูงมาก เพราะไม่รู้ว่ามีคนทำต้นทางมีความเข้าใจในเรื่องที่รายงานมากน้อยเพียงใด รายงานด้วยความเป็นกลางหรืออคติ

2. สร้างความแตกตื่นแก่สังคมเมื่อเกิดเหตุการณ์วิกฤติ การรายงานข่าวที่เน้นความรวดเร็วมักส่งผลกระทบต่อผู้รับสารอย่างรุนแรง เช่น “การอพยพพนักงานจากนิคมอุตสาหกรรมหลายแห่งในจังหวัดอยุธยา ในช่วงมหาอุทกภัย ปี พ.ศ. 2554 จนทำให้ผู้คนตื่นตระหนกและแตกตื่น เกิดความวุ่นวาย”

3. ขี่นำข้อมูลและสร้างความแตกแยกในสังคม เนื่องจากผู้ใช้ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ มีทั้งสื่อมวลชนที่สังกัดองค์กรและประชาชนทั่วไปเป็นผู้สื่อข่าวพลเมือง ทำให้บุคคลเหล่านี้ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการรายงานข่าวสาร ไม่แยกระหว่างข้อเท็จจริงกับความคิดเห็นส่วนตัว ซึ่งเนื้อหาของบางประเด็นมีความละเอียดอ่อนต่อความรู้สึกของผู้รับสาร โดยเฉพาะความขัดแย้งทางการเมืองที่ส่วนใหญ่มักใส่อคติของตนเองลงไป

4. การละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและลิขสิทธิ์ ผู้สื่อข่าวบางคนใช้ข้อมูลโดยไม่มีการอ้างอิงข้อมูล โดยอ้างว่าข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เป็นข้อมูลที่ไม่มิลิขสิทธิ์เพราะมีการเผยแพร่ในพื้นที่ซึ่งถือเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Areas)

รูปแบบการนำเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของข่าว

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องและการรายงานข่าวบนสื่อโซเชียลมีเดีย ทั้งจากสื่อกระแสหลักและสื่อทางเลือก ในช่วงที่ผ่านมา ผู้เขียนสามารถสรุปรูปแบบการนำเสนอข่าวที่มีผลทำให้การรายงานในยุค Big Data มีความน่าเชื่อถือลดน้อยลงได้ 8 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. การนำเสนอข่าวด้วยภาพ คลิปวิดีโอ และการไลฟ์สด (Live) โดยขาดการตรึงตรองว่า การกระทำดังกล่าวเป็นการละเมิดสิทธิ์ผู้ที่ตกเป็นข่าว ตัวอย่างเช่น กรณีการรายงานข่าว “ลัลลาเบล พริตตี้สาวเสียชีวิต” ที่มีการฉายวนซ้ำภาพของผู้เสียชีวิตจากกล้องวงจรปิดในสภาพที่หมดสติและถูกลากขึ้นห้อง ซึ่งอาจเป็นการตอกย้ำทำร้ายครอบครัวเหยื่อทางอ้อม หรืออย่างกรณีการรายงานสดเหตุการณ์ชายวัย 65 ปี ผูกคอเสียชีวิตบนเสาส่งสัญญาณหลังประท้วงให้คสช. ยกเลิกมาตรา 44 กับวัดพระธรรมกายไม่เป็นผล หรืออีกตัวอย่าง กรณีการรายงานข่าว พระเอกหนุ่ม ปอ ทฤษฎี สหวงษ์ เสียชีวิตด้วยโรค

ใช้เลือดออก เป็นอีกหนึ่งกรณีที่สื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าละเมิดสิทธิความเป็นมนุษย์ เนื่องจากในช่วงเคลื่อนย้ายศพของปอ สือไปปฐมเปียดคนในครอบครัว ญาติ มิตรของพระเอกหนุ่มเพื่อให้ได้ภาพที่ใกล้ที่สุดมานำเสนอ

2. การนำเสนอข่าวในลักษณะตั้งใจสร้างกระแสรามาให้เกิดขึ้น ด้วยการสร้างตัวบุคคลหรือผู้ต้องสงสัยในข่าวให้กลายเป็น ‘ตัวละคร’ ให้คนติดตาม เห็นได้ชัดในกรณี “น้องชมพู” ที่สื่อส่วนใหญ่ให้ความสนใจ บางสื่อถึงขั้นตามเกาะติดฝังตัวอยู่ที่หมู่บ้านกกกอกแข่งกันสร้างประเด็นรายวัน และสร้าง “ผู้ต้องสงสัย” ให้กลายเป็นเหมือน “ฮีโร่” หรือ “ตัวละคร” ตัวหนึ่ง ที่มีเรื่องราวให้นำติดตาม และนำเสนอเป็นเหมือนรายการเรียลลิตี้โชว์มากกว่าการรายงานข่าวให้ข้อเท็จจริงอย่างตรงไปตรงมา จนทำให้บุคคลที่ตกเป็นข่าวอย่าง ‘ลุงพล’ ได้รับความนิยมนิยามมีแฟนคลับคอยติดตาม หรืออย่างกรณีการรายงานข่าว “เปรี้ยวฆ่าหั่นศพ” ที่สื่อส่วนใหญ่มุ่งนำเสนอภาพเปรี้ยวที่เป็นคนร้ายที่มีรูปร่างหน้าตาสวยจนกลายเป็นการสร้างกระแสความเป็นเน็ตไอดอลให้กับเปรี้ยวมากขึ้นจนถึงขั้นมีพ่อค้าแม่ค้าบางคนแห่ขายหมอนลายอีเปรี้ยวมีอฆ่าหั่นศพอย่างนี้ เป็นต้น

3. การนำเสนอข่าวด้วยการไลฟ์สด (Live) ซึ่งขัดขวางการทำงานของรัฐและก่อให้เกิดอันตรายให้กับผู้ที่ตกเป็นข่าว เช่น กรณีการรายงานข่าว “เหตุกราดยิงที่โคราช” ที่มีบางสื่อส่งผู้สื่อข่าวลงพื้นที่ไปไลฟ์สดสัมภาษณ์ผู้คนในเหตุการณ์และรายงานความเคลื่อนไหว/แผนปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังรายงานจุดที่ประชาชนที่ติดอยู่ในห้างสรรพสินค้าใช้ซ่อนตัว ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ร้ายที่หลบซ่อนอยู่ในห้างสรรพสินค้าแห่งนั้นได้ทราบข้อมูลเหล่านี้ด้วย อันจะเป็นอันตรายกับผู้เคราะห์ร้ายที่ติดอยู่ในสถานที่ หรืออย่างกรณีการรายงานเหตุการณ์ อาจารย์มหาวิทยาลัยดัง ใช้ปืนก่อเหตุฆ่าอาจารย์ 2 ท่านแล้วรู้สึกกดดันจึงตัดสินใจใช้ปืนยิงตัวเองตายตาม ท่ามกลางสายตانب้านคู่ของผู้คนในโลกออนไลน์ที่ติดตามการรายงานข่าวในครั้งนั้น

4. การนำเสนอข่าวเกินจริง ส่งผลให้คนในสังคมเกิดความตื่นตระหนก เข้าใจผิด ตัวอย่างเช่น กรณีเมื่อปี 2561 มีผู้สื่อข่าวจากสถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่ง รายงานข่าวสถานการณ์น้ำที่ จ. เพชรบุรี โดยยื่นรายงานในแม่น้ำเพชรบุรี เพื่อวัดระดับน้ำนั้น ส่งผลให้ประชาชนเกิดความตื่นตระหนกกลัวน้ำท่วม จนชาวเพชรบุรีออกมาวอนผู้สื่อข่าวอย่านำเสนอข่าวน้ำท่วมเกินจริง รวมทั้งเฟซบุ๊กแฟนเพจ “กองอำนวยการรักษาความสงบเรียบร้อย” ของ คสช. ร่วมวิจารณ์การทำงานครั้งนี้ของสื่อด้วย

5. การนำเสนอข่าว โดยการนำข้อมูลที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังและถูกแชร์ในโลกโซเชียลมีเดีย (Social Media) มานำเสนอต่อโดยขาดการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนนำเสนอ ตัวอย่างกรณีเว็บไซต์สื่อกระแสหลักชื่อดัง เผยแพร่ข่าวกรณีแบรนด์แฟชั่นชั้นนำระดับโลก “Balenciaga” ทำกระเป๋ารุ่นใหม่ รูปทรงและสีคล้ายกับถุงกระสอบใส่ผ้าที่นิยมของพ่อค้าแม่ค้าในประเทศไทย พร้อมกับอ้างอิงข้อมูลจากแฟนเพจเฟซบุ๊กชื่อดังแห่งหนึ่งประกอบ ซึ่งมาทราบภายหลังว่าข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่สร้างขึ้นเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น ไม่ใช่เรื่องจริงแต่อย่างใด จนสื่อกระแสหลักชื่อดังต้องออกมาขอโทษต่อการนำข้อมูลจากโลกออนไลน์ไปใช้โดยขาดการกลั่นกรองข้อมูลหรือตรวจสอบก่อนนำเสนอ (สำนักข่าวอิสรฯ, 2559) หรืออย่างกรณีปรากฏการณ์การรายงานข่าว 13 หมูป่าติดถ้ำหลวง ที่พบว่า มีปรากฏการณ์ข่าวลือและข้อมูลเท็จที่มาจากสื่อกระแสหลักรายงานเองและนำข้อมูลจากเฟซบุ๊กต่างๆ ที่ไม่มีการตรวจสอบมาขยายผลรายงานซ้ำ เช่น ข่าวลือ 13 ชีวิตถูกแก๊งค์ยาจับตัว โดยระบุว่าทีมหมูป่าอาจถูกกลุ่มค้ายาเสพติดข้ามชาติบริเวณชายแดนจับกุมตัวไปเพราะถ้ำหลวงเป็นพื้นที่สีแดง ใช้ลำเลียงยาเสพติดจากชายแดนไทย-เมียนมา หรือมีการนำภาพเก่าที่เป็นรูปเด็กติดถ้ำหลวงถ่ายตั้งแต่ปีที่แล้วขณะไปเที่ยวส่งต่อ

และแชร์ว่าพบแล้ว เป็นต้น ซึ่งสร้างความตื่นตระหนกและแรงกดดันต่อเจ้าหน้าที่ด้วยเพราะสื่อรีบชิงนำเสนอข่าวด้วยความเร็ว แต่ขาดความรอบคอบหรือขาดการตรวจสอบแหล่งที่มา

6. การเสนอข่าวโดยใช้การพาดหัวข่าวเชิงคลิกเบท (Click-bait) หลอกล่อผู้อ่านให้เข้าไปอ่านข่าวของตน ด้วยการพาดหัวข่าวเกินจริง บิดเบือน นำเสนอไม่ครบถ้วนรอบด้าน อาทิ “รู้แล้วต้องช็อก” “เตือนภัย” “เมื่อรู้ว่าสามีมีชู้ นี่คือนิสัยที่ผู้หญิงคนนี้จะทำ” ส่งผลให้ผู้อ่านเกิดความอยากรู้และตัดสินใจคลิกเข้าไปอ่านแล้วกลับพบว่า เนื้อหาไม่มีอะไรที่น่าสนใจหรือมีประโยชน์ ดังการวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์ (วิริยาภรณ์ ทองสุข, 2559) ที่ได้ทำการสัมภาษณ์โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มนักศึกษาพบว่า กลุ่มวัยทำงานมีความคิดเห็นว่าความสอดคล้องของเนื้อหาข่าวไม่ค่อยตรงกับพาดหัวข่าว เพราะมีการนำเสนอการพาดหัวข่าวที่เกินความจริงแต่เนื้อหาไม่ได้นำเสนอสาระความรู้ ส่วนกลุ่มนักศึกษามีความเห็นว่าการพาดหัวข่าวตรงกับการพาดหัวข่าว แต่เนื้อหาที่น่าสนใจไม่ค่อยมีสาระความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจาก Digital Marketing Wow (2560) ที่เปิดเผยว่า ถ้าข่าวที่ขายได้มีแต่ข่าวเล็กๆ น้อยๆ ที่พาดหัวให้ดูใหญ่โต ยังมีคนโง่หรือคลิกมากเท่าไร การกระจายข่าวก็จะมากขึ้น จะเป็ดข่าวที่มีความสำคัญมากๆ ให้ไม่ได้รับความสนใจ ดังนั้นแล้วถ้ามองในแง่มุมมองผู้บริโภค ถ้าสนับสนุนหัวข้อข่าว Clickbait ด้วยการคลิกหรือแชร์ก็ตาม ก็จะทำให้ข่าวประเภท Clickbait มีจำนวนมากขึ้น

7. สื่อทำหน้าที่เป็นผู้พิพากษานอกบัลลังก์ ทำการตัดสินผู้กระทำความผิด ก่อนกระบวนการศาลจะตัดสิน ตัวอย่างกรณีทนาย เจริญปุระ นักแสดงชื่อดัง พาทนายเกิดผลเข้าพบตำรวจ เพื่อลงบันทึกประจำวันเตรียมเอาผิด หลังถูกเว็บไซต์สำนักข่าวแห่งหนึ่งพาดหัวข่าวกล่าวหาเป็นลูกทอพี ทำให้เสื่อมเสียชื่อเสียง และคนที่มาคอมเมนต์ด้วยคำพูดรุนแรงทำให้เสียหาย

หรืออย่างกรณีมีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแชร์ข้อมูลเตือนภัยสาว ๆ ที่ใส่กระโปรงสั้นบนรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยนำเสนอภาพชายคนหนึ่งใส่รองเท้าน้ำและกล่าวหาว่าเขาติดกล้องตัวจิ๋วที่ปลายรองเท้า เพจและเว็บไซต์ต่างนำข้อมูลนี้ไปแชร์ต่อโดยขาดการยับยั้งชั่งใจหรือขาดกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องทำให้เกิดกระแสแชร์ข่าวนี้อันต่อเนื่อง ส่งผลให้ภายในเวลาเพียง 24 ชั่วโมงโลกออนไลน์รุมประณามผู้ชายที่ตกเป็นผู้ต้องสงสัยว่าเป็นโรคจิต ทำให้เขาและครอบครัวตกใจและเครียดมาก จนชายผู้ต้องสงสัยออกมาปฏิเสธและชี้แจงว่าตนเป็นผู้บริสุทธิ์และรองเท้าคู่นั้นเป็นรองเท้าเก่าที่ไว้ใส่ตอนทำงานเท่านั้น

8. การเสนอเนื้อหาเฉพาะที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนหรือพรรคพวกของตน ทำให้เกิดการรายงานข่าวโดยใช้อารมณ์ ไม่เป็นธรรม มีการบิดเบือนข้อเท็จจริง ตัวอย่างกรณีล่าสุด นายธิมะ กาญจนไพริน หรือ จั๊ด ธิมะ ผู้ประกาศข่าวชื่อดัง ตัดสินใจลาออกจากสถานีข่าวช่องบลูสกาย หรือฟ้าวันใหม่ ภายหลังจากถูกกระแสโซเชียลวิพากษ์วิจารณ์ประเด็นการรายงานข่าวและแสดงความคิดเห็นต่อเพลง ‘ประเทศกูมี’ ของศิลปินใต้ดินกลุ่ม Rap Against Dictatorship ซึ่งมีเนื้อหาวิพากษ์วิจารณ์การเมืองและเสียดสีสังคม ให้กับทีวีดิจิตอลช่อง One และทีวีดาวเทียมฟ้าวันใหม่ (บลูสกาย) ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นไปคนละทางทั้งๆ ที่เป็นข่าวเดียวกัน จนเกิดกระแสวิจารณ์ในสังคมออนไลน์ และเกิดแฮชแท็ก #จั๊ดโปะแตก นอกจากนี้ จั๊ด ธิมะ ยังโพสต์ข้อความในเฟซบุ๊ก JudgeJudd ในหัวข้อ อ้อลา ‘ฟ้าทะเลใจ’ ว่า “ผมยืนยันในความไม่มีอยู่จริงของความเป็นกลางในวงการสื่อสารมวลชน บรรณาธิการ ผู้ประกาศ รวมไปถึงทีมข่าวทุกคนต่างก็มีฝั่งทางการเมืองที่รักในใจ และพร้อมจะใช้ทุกโอกาสที่มีในการสอดแทรกข่าวที่ส่งผลบวกต่อข้อที่ตัวชอบ และข่าวที่ส่งผลลบต่อข้อที่ตัวเกลียด... เป็นเช่นนี้ทุกที่ ทุกสถานี” (The standard, 2561)

ความน่าเชื่อถือของการรายงานข่าว

จากตัวอย่างรูปแบบการรายงานข่าวข้างต้น ล้วนส่งผลต่อความเชื่อถือในบทบาทการทำหน้าที่ในการรายงานข่าวของสื่อในยุคปัจจุบันมากขึ้น ด้วยความเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและความอยู่รอดขององค์กรสื่อ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในประเทศไทยเท่านั้น แม้ในต่างประเทศอย่างประเทศมหาอำนาจหรือสหรัฐอเมริกาเอง ก็กำลังเผชิญปัญหาเดียวกัน ดังผลการศึกษาดังต่อไปนี้ที่มีต่อความน่าเชื่อถือของสื่อใหม่ (Indicators of News Media Trust) ที่พบว่า สื่อใหม่กำลังเผชิญภาวะความกดดันจากการถูกลดความเชื่อถือในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยรายงานระบุว่าชาวอเมริกันที่เป็นผู้ใหญ่ส่วนใหญ่ รวมถึง 9 ใน 10 ของรีพับลิกันเปิดเผยว่าโดยส่วนตัวพวกเขาสูญเสียความเชื่อมั่นในสื่อใหม่ และในขณะเดียวกันร้อยละ 69 ของผู้ที่สูญเสียความเชื่อมั่นบอกว่าความเชื่อมั่นสามารถฟื้นฟูได้ นอกจากนี้เมื่อถามถึงสาเหตุว่าทำไมพวกเขาถึงไม่เชื่อมั่นในองค์กรข่าวพบว่า ชาวอเมริกันเน้นที่เรื่องความไม่ถูกต้องและการมีอคติในการรายงานข่าว จากการสรุปความคิดเห็นที่มีการเปิดเผยมากที่สุดจากการตอบคำถามปลายเปิดร้อยละ 45 บอกว่าเป็นเพราะการรายงานข่าวที่ไม่ถูกต้อง ผิดประเด็น โทก และไม่แน่ใจว่าเป็นข่าวจริงหรือข่าวลวง (Fake news) ร้อยละ 42 บอกว่าเป็นเพราะการรายงานที่ไม่เป็นธรรมและมีอคติ และในทางตรงกันข้ามเมื่อถามว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นที่ทำให้พวกเขาไว้วางใจในองค์กรข่าว ร้อยละ 39 บอกว่าองค์กรข่าวนั้นต้องรายงานข่าวที่เป็นธรรม ไม่มีอคติ และไม่เน้นพรรคพวก ร้อยละ 12 บอกว่าการรายงานข่าวต้องมีความสมดุล และอีกร้อยละ 31 บอกว่าการรายงานข่าวนั้นต้องมีความถูกต้องและเป็นข้อเท็จจริง (A Gallup/Knight foundation survey, 2018) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ American Press Institute (2016) ได้อธิบายถึงความหมายของความน่าเชื่อถือในข่าว โดยได้อธิบายว่าความน่าเชื่อถือของข่าวยังคงมีองค์ประกอบตามหลักการความน่าเชื่อถือแบบดั้งเดิม ดังรายละเอียดในตารางด้านล่าง

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความน่าเชื่อถือในข่าว

หลักทั่วไปของความน่าเชื่อถือ	ปัจจัยด้านการดำเนินการที่สอดคล้องกับความน่าเชื่อถือ
ความสมบูรณ์	การรายงานข่าวเชิงลึก รายงานข่าวล่าสุดและข้อมูลใหม่อยู่เสมอ เนื้อหาครอบคลุมเหตุการณ์ตลอดทั้งวัน
ความถูกต้อง	นำเสนอข้อมูลจากแหล่งข่าวที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและข้อมูลเชื่อถือได้ ให้ความจริงที่ถูกต้อง
ความสมดุล	มีการนำเสนอมุมมองที่หลากหลาย มีการแบ่งปันมุมมองของบุคคล มีการนำเสนอมุมมองของชุมชนและผู้คนที่ทั่วไปในการรายงานข่าว
ความโปร่งใส	สามารถวางใจในนักข่าวได้ มีการอธิบายถึงวิธีการรวบรวมข้อมูลและการรายงานข่าว

หลักทั่วไปของความน่าเชื่อถือ

**ปัจจัยด้านการดำเนินการ
ที่สอดคล้องกับความน่าเชื่อถือ**

การนำเสนอและการออกแบบ

รายงานข้อมูลแบบกระชับและตรงประเด็น
 ค้นหาข่าวและข้อมูลที่ต้องการได้ง่าย
 มีการนำเสนอภาพ อาทิ ภาพถ่าย วิดีโอ รายการ และแผนภูมิ
 มีการเปิดโอกาสให้ผู้คนแสดงความเห็นได้
 เสนอข่าวและข้อมูลรวมทั้งลิงค์ที่นำไปสู่การได้ข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น
 เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันสามารถดาวน์โหลดได้รวดเร็ว
 ใช้งานได้ดีทางโทรศัพท์มือถือ
 โฆษณาไม่ได้รับกวนการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

**ความสะดวกสบายและการให้
ความเพลิดเพลิน**

สามารถทำงานหลากหลายอย่างอื่น เช่น งานบ้านขณะเปิดรับ
 ข่าวสารได้
 มีการนำเสนอข่าวหรือข้อมูลในประเด็นที่สามารถพูดคุยเกี่ยวกับเรื่อง
 นั้นได้
 สร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้รับสารได้
 เป็นแหล่งข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้เสมอ

จากผลการศึกษาข้างต้นพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Holvand and Weiss ที่พบว่าองค์ประกอบความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารหรือแหล่งสารมี 4 องค์ประกอบ ดังนี้ (1) ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) (2) ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) (3) ความกระตือรือร้น (Dynamism) (4) ความเป็นกลาง (Objectivity) (วัณนี ภูวทิศ, 2560) และสอดคล้องกับทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคมที่อธิบายว่า สื่อต้องมีมาตรฐานของวิชาชีพในเรื่องความเป็นข่าวสาร ความจริง ความถูกต้อง ความเป็นวัตถุวิสัย และความสมดุล (Mcquail (2010) อ้างถึงใน เทียนทิพย์ เดียวก็ และบุหงา ชัยสุวรรณ, 2561)

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาของผู้เขียน ความน่าเชื่อถือของข่าวสาร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. **ความถูกต้องของข้อมูล/เป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้อง** (ข่าวมาจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ และนำเสนอเหตุการณ์ตามความเป็นจริงอย่างถูกต้อง)
2. **ความโปร่งใส** (มีการเปิดเผยแหล่งข้อมูล วิธีการรวบรวมข้อมูลหรือวิธีการได้มาซึ่งข้อมูล และการรายงานข่าว นอกจากนี้การได้มาซึ่งข้อมูลต้องไม่เป็นการละเมิดสิทธิผู้อื่น หรือการได้มาโดยผิดวิธี)
3. **ความสมดุลหรือความเป็นกลาง** (มีการนำเสนอมุมมองที่หลากหลายจากบุคคลหลายฝ่าย ไม่ได้นำเสนอเฉพาะแค่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง ปราศจากอคติหรือการเอนเอียงเข้าข้างใดข้างหนึ่ง)
4. **ความสมบูรณ์ของข้อมูล** (มีการนำเสนอข้อมูลในเชิงลึกและรอบด้าน)
5. **การนำเสนอมีความเป็นมืออาชีพ** (มีความรวดเร็ว พร้อมกับมีการผลิตข้อมูลที่มีคุณภาพ เช่น มีการใช้รูป กราฟฟิก หรือภาพเคลื่อนไหวประกอบการรายงานข่าวที่ช่วยให้ผู้บริโภคข่าวเข้าใจเรื่องราว)

ได้ง่ายและถูกต้องมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการแนบลิงค์ หรือให้ข้อมูลสำหรับติดต่อสอบถามเพิ่มเติม ทำให้ ผู้บริโภคชาวสะดวกในการค้นหาข้อมูลที่สนใจเพิ่มเติม)

ซึ่งหากนักวารสารศาสตร์ในยุค Big Data ยึดหลักการนำเสนอข่าวตามปัจจัยที่มีผลต่อความ น่าเชื่อถือทั้ง 5 ข้อดังกล่าว และไม่ละเลยต่อจรรยาบรรณและจริยธรรมแห่งวิชาชีพแล้ว จะส่งผลให้เกิด ความยับยั้งชั่งใจ พิจารณาอย่างถี่ถ้วนก่อนการนำเสนอข่าว ความผิดพลาดในการรายงานข่าวจะลดน้อยลง และในทางตรงกันข้ามความน่าเชื่อถือที่ถือเป็นสินทรัพย์ที่มีค่ามากที่สุดของการเป็นผู้ถือครองสื่อจะ เพิ่มขึ้น และผู้บริโภคข่าวจะกลับมาไว้วางใจและเชื่อมั่นในสื่ออีกครั้งในฐานะผู้รายงานความจริงที่เป็น ประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). พฤติกรรมการใช้สื่อของคนไทยหลังโควิด-19. สืบค้น 20 กันยายน 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/884547>
- ข่าวสด. (2564). เผยคนไทยท่องโลกผ่านมือถือ อันดับ 3 ของโลก เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมง. สืบค้น 21 กันยายน 2564, จาก https://www.khaosod.co.th/economics/news_6545573
- เทียนทิพย์ เตียวกี. (2559). จริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อในการนำเสนอข่าวยุคดิจิทัล. วารสารสื่อสาร และการจัดการนิค้ำ 2(2). สืบค้นจาก <https://gscm.nida.ac.th/public-action/Journal/Vol.2-59/8.pdf>
- เทียนทิพย์ เตียวกี และบุหงา ชัยสุวรรณ. (2561). จริยธรรมนักข่าวพลเมืองในการนำเสนอข่าวเด็กผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ฉบับภาษาไทย มหาวิทยาลัยศิลปากร 11 (2). สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/140255>.
- นรภัทท์ อารามเรือง. (2560). การกำหนดประเด็นข่าวและการตอบสนองของผู้ชมผ่านเฟซบุ๊กไลฟ์ กรณีศึกษา รายการข่าวเที่ยงวันทันเหตุการณ์ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2773>.
- ผู้จัดการออนไลน์ (2564). จับทิศคนไทยเสพสื่อยุคโควิด “ไลน์-เฟซบุ๊ก” พุ่งทะยาน. สืบค้น 20 กันยายน 2564, จาก <https://mgronline.com/business/detail/9640000076058>
- วัฒน์ ภูวทิศ. (2560). ผู้สื่อข่าวกับการใช้ประโยชน์และความน่าเชื่อถือของข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อ รายงานข่าวสาร. วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 9(7).
- วิริยาภรณ์ ทองสุข. (2559). การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5707010400_4890_3781.pdf
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2554). การรายงานข่าวออนไลน์กับจริยธรรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์. นิเทศศาสตร์ปริทัศน์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 15(2). สืบค้นจาก <https://opacdb02.dpu.ac.th/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=73935>
- สำนักข่าวอิสรา. (2559). ‘เนชั่น’ ขอโทษแล้ว! ปมใช้ข้อมูลปลอมทำข่าวกระเป๋าสตางค์. สืบค้น 14 กันยายน 2564, จาก https://www.isranews.org/isranews-news/45336-nation_45336dd.html.
- Beartai. (2559). พฤติกรรม ไลฟ์ ออนไลน์ ไร้เซ็นเซอร์ ที่เด็กและเยาวชนต้องระวัง. สืบค้น 14 กันยายน 2564, จาก <https://www.beartai.com/article/tech-article/97060>

- Digital Marketing Wow. (2560). *ทำความรู้จักกับ CLICKBAIT คือ? สื่อเว็บไซต์กับพาดหัวลวงให้คลิก.* สืบค้น 20 กันยายน 2564, จาก <https://digitalmarketingwow.com/2017/06/21/clickbait-%E0%B8%84%E0%B8%B7%E0%B8%AD/>
- Mango Zero. (2560). *สรุปปรากฏการณ์ 1 เดือน #สรยุทธLive ผ่าน Facebook ยอดผู้ชมออนไลน์พุ่งแซงสื่อเก่า.* สืบค้น 14 กันยายน 2564, จาก <https://www.mangozero.com/1-month-ago-sorayuth-live-phenomenon/>
- Marketeer. (2020). *พฤติกรรมคนไทยเข้าถึงบนโลกออนไลน์อย่างไร.* สืบค้น 21 กันยายน 2564, จาก <https://marketeeronline.co/archives/165179>
- The standard. (2561). *จัด รีมะ ประกาศลาจอ 'เช้าวันใหม่' ปมแสดงความคิดเห็นประเทศกูมี.* สืบค้น 14 กันยายน 2564, จาก <https://thestandard.co/thema-left-bluesky/>
- A gallup/Knight foundation survey. (2018). *Indicators of News Media Trust.* Gallup. Retrieved from <https://knightfoundation.org/reports/indicators-of-news-media-trust/>
- American Press Institute. (2016). *The meaning of trust in news.* Retrieved from <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/the-meaning-of-trust-in-news/>
- We are social. (2021). *60 Percent of the world's population is now online.* Retrieved from <https://wearesocial.com/blog/2021/04/60-percent-of-the-worlds-population-is-now-online>.