



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 8
“ก้าวข้ามขอบเขตความรู้สู่การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างยั่งยืน”
วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

ความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอม
บนเฟซบุ๊กของคนเจนเนอร์เรชันต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร
Media Literacy and Fake News Response Behavior
on Facebook Among Different Generations in Bangkok

นวนลนา สัมครสมาน

E-mail: Nualnapa2539@gmail.com

สาวิตรี สุวรรณโณ

E-mail: sawitree.ch@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับความรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของคนเจนเนอร์เรชันต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน แบ่งเป็นกลุ่มคนในเจนเนอร์เรชันต่างๆ ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ เจนเนอร์เรชัน X เจนเนอร์เรชัน Y เจนเนอร์เรชัน Z กลุ่มละ 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 เจนเนอร์เรชัน Z มีความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ เจนเนอร์เรชัน Y ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ตามด้วย เจนเนอร์เรชัน X มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีระดับความรู้เท่าทันสื่อน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีพฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมาคือ เจนเนอร์เรชัน Z ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.91 ตามด้วย เจนเนอร์เรชัน Y ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และ เจนเนอร์เรชัน X ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจนเนอร์เรชันแตกต่างกันมีความรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอมแตกต่างกัน

คำสำคัญ: ข่าวปลอม, ความรู้เท่าทันสื่อ, พฤติกรรมตอบสนองต่อข่าวปลอม

Abstract

This study aimed to investigate and compare the levels of media literacy and behavioral responses to fake news on Facebook among different generations in Bangkok. The research employed a quantitative approach using questionnaires as the primary data collection tool. A total of 320 participants were divided equally among four generational groups: Baby Boomers, Generation X, Generation Y, and Generation Z, with 80 individuals in each group. The data were analyzed using Analysis of Variance (ANOVA). The results regarding media literacy revealed that the overall media literacy level on Facebook among the



participants was moderate, with an average score of 3.13. Generation Z demonstrated the highest level of media literacy with an average score of 4.14, followed closely by Generation Y 4.13, Generation X 4.03, and Baby Boomers, who had the lowest media literacy level with an average score of 3.41. The findings regarding behavioral responses to fake news indicated that the participants' overall response behavior was moderate, with an average score of 3.17. Baby Boomers showed the highest level of response behavior to fake news on Facebook 4.19, followed by Generation Z 2.91, Generation X 2.90, and Generation Y 2.65. The hypothesis testing revealed that people in Bangkok from different generations exhibited statistically significant differences in both media literacy and behavioral responses to fake news.

Keywords: Fake news, Media literacy, Behavioral response to fake news

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันทำให้เกิดการรับส่งข้อมูลข่าวสารจำนวนมากในแต่ละวัน จนทำให้บางครั้งข่าวสารที่แพร่ออกไปนั้นไม่ผ่านกระบวนการคัดกรองเนื้อหาข้อเท็จจริง เป็นเหตุให้การรับ-ส่งข้อมูลข่าวสารนั้นบิดเบือนไป เนื่องจากการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน และความมั่นคงของประเทศ

“ข่าวปลอม” (Fake news) ซึ่งหมายความถึงข่าวที่มีเนื้อหาอันเป็นเท็จ หลอกลวงหรือข่าวสร้างสถานการณ์ ใช้วิธีพาดหัวข่าวให้หวือหวาจนเกินจริง หรือการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) การจงใจให้ข้อมูลที่ผิดพลาดหรือข้อมูลหลอกลวง มีเจตนาให้เกิดความเข้าใจผิดเพื่อสร้างความเสียหายแก่องค์กร หน่วยงาน หรือบุคคลและหรือเพื่อให้ได้รับผลประโยชน์ทางการเงินหรือทางการเมือง และมักใช้การพาดหัวข่าวด้วยข้อมูลที่สร้างขึ้นในการกระตุ้นอารมณ์หรือมีเจตนาทุจริตเพื่อเพิ่มยอดผู้อ่าน กระตุ้นให้มีการแชร์ต่อ และมีรายได้จากการคลิกของผู้อ่าน ส่งผลกระทบอย่างหนักต่อพฤติกรรมการเสพข่าวสารของผู้บริโภคมากมาย โดยเฉพาะแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กที่มีผู้ใช้งานทุกเพศทุกวัยมากเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย ในขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมได้ออกมาตรการเร่งรัดปราบปรามข่าวปลอม (Fake News) ข้อมูลอันเป็นเท็จบนสื่อโซเชียลมีเดีย และแพลตฟอร์มต่าง ๆ ที่ส่งผลให้ประชาชนเกิดความเข้าใจผิด

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับข่าวปลอมในแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มคนหลากหลายเจนเนอเรชัน เพื่อศึกษาถึงระดับความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมในการรับรู้ และรับส่งข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนศึกษาความแตกต่างของช่วงวัยในเจนเนอเรชันต่างๆที่มีผลต่อระดับความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊ก ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาช่วยในการวางแผนและรับมือกับเรื่องของข่าวปลอมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตของเทคโนโลยีในสังคมยุคไซเบอร์ให้เป็นอย่างมั่นคงและปลอดภัยเพื่อการพัฒนาประชากร สังคมและประเทศชาติให้เป็นอย่างมีคุณภาพอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊กของประชาชนเจนเนอเรชันต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร



2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของประชาชนเจนเนอเรชันต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจนเนอเรชันแตกต่างกันมีระดับความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจนเนอเรชันแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 4 เจเนอเรชัน ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์ เกิดระหว่าง พ.ศ. 2489-2507, เจเนอเรชัน X เกิดระหว่าง พ.ศ. 2508-2519, เจเนอเรชัน Y เกิดระหว่าง พ.ศ. 2520-2537, เจเนอเรชัน Z เกิดระหว่าง พ.ศ. 2538-2552 โดยมีกลุ่มตัวอย่าง เป็นประชาชนตามเจนเนอเรชัน (B,X,Y,Z) ต่างๆ เจเนอเรชันละ 80 คน รวมจำนวน 320 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความแตกต่างด้านอายุแบ่งตามเจนเนอเรชัน (B,X,Y,Z) ที่มีผลต่อความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊ก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ ความรู้เท่าทันสื่อแบ่งเป็น 4 ด้าน ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การประเมินค่าสื่อ การสร้างสรรค์สื่อ และพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอม เช่น การกดไลค์ การแสดงความคิดเห็น การแชร์
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้ระยะระหว่างเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม 2567

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power Software เพื่อคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Erdfelder, Faul, & Buchner, 1996) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากเขตต่างๆในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และใช้การสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) โดยเลือกกลุ่มเจนเนอเรชันละเท่าๆกัน (B,X,Y,Z) เจเนอเรชันละ 80 คน จากนั้นเป็นการการสุ่มตามสะดวก (Convenience Sampling) ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า ชุมชน สถานีขนส่ง ฯลฯ เป็นต้น เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 320 คน

2. ขั้นตอนการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวกลุ่ม : ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เฟซบุ๊กชายและหญิงที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร อายุระหว่าง 18-80 ปี โดยเลือกสำรวจตามเจนเนอเรชัน แบ่งตามช่วงอายุ ได้แก่ เบบี้บูมเมอร์, เจเนอเรชัน X, เจเนอเรชัน Y, เจเนอเรชัน Z โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 320 คน



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย : ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ : ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้น (Try Out) จำนวน 30 ชุดแล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ .924

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มีวิธีการดำเนินการดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม

3.2 ทำการรวบรวมแบบสอบถาม ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การอธิบายถึงความแตกต่างกันในลักษณะต่าง ๆ ของข้อมูลโดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ และอายุ

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistics) โดยใช้ค่า F – test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุแบ่งตามเจนเนอเรชัน และใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ LSD ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการแปลผลจากตารางต่าง ๆ และใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อเป็นเกณฑ์ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องความรู้เท่าทันสื่อและพฤติกรรมการตอบสนองข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของคนเจนเนอเรชันต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 320 คน แบ่งเป็นเพศชาย จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 50.62 ส่วนเพศหญิงมีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 49.38 ทั้งหมด 4 เจเนอเรชัน Baby Boomer 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25 Gen X 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25 Gen Y 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25 Gen Z 80 คน คิดเป็นร้อยละ 25

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้เท่าทันสื่อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 โดยเจนเนอเรชัน Z มีความรู้เท่าทันมากที่สุด \bar{X} = 4.14 รองลงมาคือ เจเนอเรชัน Y \bar{X} = 4.13 ตามด้วย เจเนอเรชัน X \bar{X} = 4.03 และ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีระดับความรู้เท่าทันสื่อที่น้อยที่สุด \bar{X} = 3.41 ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลระดับความรู้เท่าทันสื่อ

เจเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. เบบี้บูมเมอร์	3.41	.151	ปานกลาง	4
2. เจเนอเรชัน X	4.03	.360	มาก	3
3. เจเนอเรชัน Y	4.13	.300	มาก	2
4. เจเนอเรชัน Z	4.14	.367	มาก	1
ภาพรวม	3.13	0.456	ปานกลาง	

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอม อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 โดย กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กมากที่สุด $\bar{X}=4.19$ รองลงมาคือ เจเนอเรชัน Z $\bar{X}=2.91$ ตามด้วย เจเนอเรชัน X $\bar{X}=2.90$ และเจเนอเรชัน Y $\bar{X}=2.65$ ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงผลค่าเฉลี่ยด้านพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอม

เจเนอเรชัน	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. เบบี้บูมเมอร์	4.19	.231	มาก	1
2. เจเนอเรชัน X	2.90	.669	ปานกลาง	3
3. เจเนอเรชัน Y	2.65	.561	ปานกลาง	4
4. เจเนอเรชัน Z	2.91	.549	ปานกลาง	2
ภาพรวม	3.17	0.801	ปานกลาง	

4. ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกันมีระดับความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (เจเนอเรชัน $F_{(3,316)} = 103.600$; $p < .05$); (2) ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (เจเนอเรชัน $F_{(3,316)} = 138.846$; $p < .05$)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกันมีระดับความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน



อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ด้านความรู้เท่าทันทันสื่อบนเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 เจเนอเรชัน อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 พบว่า เจเนอเรชัน Z มีความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด รองลงมาด้วย เจเนอเรชัน Y ตามด้วย เจเนอเรชัน X และ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีระดับความรู้เท่าทันสื่อที่น้อยที่สุด

นอกจากนี้ยังพบว่า ด้านพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 เจเนอเรชัน อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 ซึ่ง กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ มีพฤติกรรมการตอบสนองข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กมากที่สุด รองลงมาด้วย เจเนอเรชัน Z ตามด้วย เจเนอเรชัน X และ เจเนอเรชัน Y ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามสมมุติฐานที่ 1 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกันมีระดับความรู้เท่าทันสื่อบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน จากการสำรวจพบว่าประชาชนมีการตรวจสอบความสมเหตุสมผลก่อนแสดงความคิดเห็น กดไลค์ กดแชร์ และเชื่อถือข่าวที่มีแหล่งอ้างอิงชัดเจนมากที่สุด มีการคิดวิเคราะห์และแยกแยะเนื้อหาข่าว ก่อนที่จะรับข่าวนั้นๆ รวมทั้งมีความรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับที่สามารถแยกแยะและตีความข่าวสารได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) สามารถตีความ วิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาสาระของสื่อ ได้ตอบได้อย่างมีสติ รวมไปถึงการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาสื่อต่างๆ ให้ดีขึ้น เช่น การท้วงติงหรือ ร้องเรียนเมื่อพบสื่อที่ไม่เหมาะสม

ผลการวิจัยตามสมมุติฐานที่ 2 พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเจเนอเรชันแตกต่างกันมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กแตกต่างกัน โดยประชาชนเจเนอเรชันทั้ง 4 เจเนอเรชันในเขตกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กภาพรวมเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ย จัดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา ตั้งประสิทธิ์ศิลป์ (2562) ศึกษาเรื่อง ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กที่มีผลต่อพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคม(เฟซบุ๊ก)ในเขตกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับปานกลาง จากผลสมมุติฐานที่ 2 เมื่อพิจารณาความแตกต่างของเจเนอเรชัน พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์หรือกลุ่มผู้สูงอายุ มีระดับความรู้เท่าทันสื่อที่น้อยที่สุด และมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กมากที่สุด สรุปได้ว่า กลุ่มผู้สูงอายุมีระดับความรู้เท่าทันสื่อที่น้อย จึงเป็นสาเหตุทำให้มีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กออกไปมาก เช่น กดไลค์ กดแชร์ กดแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับรายงานการสำรวจของนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยปรีนซ์ตัน และมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก ที่ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างชาวอเมริกัน เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กทั้งช่วงก่อนและหลังการเลือกตั้งปีเมื่อ 2559 ของสหรัฐอเมริกา พบว่าผู้ใช้เฟซบุ๊กกลุ่มผู้สูงอายุแชร์ข่าวปลอมมากขึ้น โดยคนจำนวนมากที่สับสนระหว่างข่าวจริงกับข่าวปลอม เนื่องจากปัจจุบันรูปแบบของเว็บคลิกเบตที่พบเห็นได้ตามหน้าฟีดข่าว มักจะมีลักษณะไม่ต่างกับโพสต์ข่าวทั่วไป จากสำนักข่าวที่มีชื่อเสียง เช่น ซีเอ็นเอ็น สตีฟ โกลด์ หากไม่สังเกตให้ดีหรือมองผ่านๆ อาจจะแยกไม่ออก มีการเขียนยั่วยุอารมณ์ ด้วยการเน้นพาดหัวที่หวือหวา ดึงดูดผู้รับข่าวให้มีพฤติกรรมที่ตอบสนองออกไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ วิริยาภรณ์ ทองสุข (2559) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบตของ เว็บไซต์ พบว่า ลักษณะการพาดหัวข่าว ประกอบกับการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ คำสแลง และภาษาต่างประเทศ เป็นการกระตุ้นความอยากรู้ให้กับผู้อ่านคลิกเข้าไปอ่านข่าว ส่วนเนื้อหาข่าวของเว็บไซต์ที่นำเสนอไม่มีการนำเสนอข้อเท็จจริงแต่อย่างใด และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของ นทิกาน หนูสม (2560) ศึกษาเรื่อง ลักษณะของข่าวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันข่าวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารใน



เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ชาวปลอมที่ถูกสร้างขึ้นอย่างสมบูรณ์ และรูปแบบเนื้อหาของชาวปลอมที่พบมากที่สุดคือ เนื้อหาที่ประดิษฐ์ขึ้นโดยมีเจตนาในการสร้างขึ้นมาให้แนบเนียนที่สุด ทั้งภาพ พาดหัวข่าว เนื้อหา และข้อมูลที่ปรากฏในข่าว และเป็นวิธีที่พัฒนามาจากเว็บข่าวปลอมแบบคลิกเบท ผู้นำเสนอข่าวปลอมจึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอเพื่อให้ผู้อ่านไม่สามารถรู้เท่าทันได้ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ชาวปลอมแพร่หลายออกไปในเฟซบุ๊กได้อย่างรวดเร็ว

ขณะที่ เจเนอเรชัน Z มีความรู้เท่าทันสื่อมากที่สุด และมีพฤติกรรมการตอบสนองชาวปลอมบนเฟซบุ๊ก รองลงมาจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ อาจกล่าวได้ว่า เป็นช่วงวัยที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีกระบวนการคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมในการตอบสนองต่อข่าวสารอย่างฉับไว เนื่องจากเจเนอเรชันนี้ มีความคล่องแคล่วในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันได้ง่ายและรวดเร็ว และมีทักษะในการสื่อสารค่อนข้างน้อย เนื่องจากมีพฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าการพูดคุย ทำให้การรับข่าวสารเป็นไปอย่างทันท่วงที ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมคิดเร็วทำเร็ว โอกาสการส่งต่อชาวปลอมจึงเป็นไปได้มาก รองลงมาคือ เจเนอเรชัน X เจเนอเรชัน Y ตามลำดับ ถือเป็นช่วงวัยที่เกิดมาในช่วงรอยต่อระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกมาสู่ระบบดิจิทัล ช่วงเจเนอเรชันนี้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทักษะ ความรู้ และความสามารถในการทำงานเป็นสำคัญ จึงมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อข่าวสารที่ค่อนข้างจะผ่านกระบวนการความคิด ความไตร่ตรองที่ดี มีการตอบสนองต่อข่าวสารไม่มาก เพราะคาดการณ์ว่าข่าวสารอาจจะไม่ตรงกับความเป็นจริง ซึ่งทั้งเจเนอเรชัน X และ Y มีลักษณะการตอบสนองต่อชาวปลอมอย่างคล้ายคลึงกัน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปรีวัตร บุพศิริ (2563) ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตอบสนองต่อชาวปลอมของกลุ่มเจเนอเรชันเอ็กซ์และวาย พบว่ากลุ่มเจเนอเรชันทั้งสอง มักจะตรวจสอบความสมเหตุสมผลก่อนจะแสดงความเห็น กดไลค์ กดแชร์ เชื่อถือข่าวที่มีแหล่งอ้างอิงชัดเจน และตรวจสอบเนื้อหาข่าวจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ ผ่านการคิดวิเคราะห์ แยกแยะเนื้อหาข่าวจริงและชาวปลอมได้ โดยไม่มองผ่าน เพียงแค่พาดหัวข่าว หรือการนำภาพบุคคลที่มีชื่อเสียงมาประกอบเท่านั้น

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลในเฟซบุ๊กเท่านั้น โดยไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับชาวปลอมผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นๆ เช่น ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ไลน์ ดิจิตอล ดังนั้นในอนาคตจึงควรศึกษาความแตกต่างและข้อมูลเกี่ยวกับชาวปลอมในแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- นันทิกา หนูสม. (2560). ลักษณะของชาวปลอมในประเทศไทยและระดับความรู้เท่าทันชาวปลอมบนเฟซบุ๊กของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ปรีวัตร บุพศิริ. (2563). รูปแบบและพฤติกรรมการรับชาวปลอมบนเฟซบุ๊กของกลุ่มคนเจเนอเรชันเอ็กซ์และวาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ



การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 8
“ก้าวข้ามขอบเขตความรู้สู่การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างยั่งยืน”
วันที่ 23 พฤษภาคม พ.ศ. 2568

วิริยาภรณ์ ทองสุข. (2559). การวิเคราะห์การนำเสนอข่าวเชิงคลิกเบทของเว็บไซต์.

(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
อภิัญญา ตั้งประสิทธิ์ศิลป์. (2562). ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสารบนเฟซบุ๊กที่มีผลต่อพฤติกรรม
การส่งต่อข้อมูลข่าวสารของผู้ใช้สื่อสังคมในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตศาสตรและสื่อสารมวลชน.

F. Faul, E. Erdfelder, A. Buchner, and A. G. Lang, (2009). “Statistical power analyses using
G*Power 3.1,” *Behavior Research Methods*. 41(4): 1149-1160.