

Received:	01-09-2023
Revised:	17-10-2023
Accepted:	30-10-2023

พอดแคสต์เพื่อการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพ ในกลุ่มเจนเอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์

Podcast for Fake News Infodemic Awareness Related to Baby Boomer Health

พัชรภา เอื้ออมรนิช^{*1}

Pacharapa Euamornvanich

Pacharapa.u@dru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ของเบบี้บูมเมอร์ และเพื่อพัฒนาพอดแคสต์การรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ โดยทำการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่มีอายุระหว่าง 56-74 ปี จำนวน 12 คน ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ จากนั้นสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาที่มีประสบการณ์การสอนด้านสื่อสารมวลชนไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ แล้วนำผลการวิจัยไปพัฒนาเป็นพอดแคสต์ให้ความรู้ด้านการรู้เท่าทันข่าวสารด้านสุขภาพ

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ โดยเปิดรับ Line, Facebook และ YouTube เป็นหลัก เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ง่ายต่อการเปิดรับ และสามารถเลือกเปิดรับในประเด็นที่ตนเองสนใจ โดยเฉพาะเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำมาใช้ให้เหมาะสม ในประเด็นการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะการเปิดรับ และการวิเคราะห์ข่าวสารด้านสุขภาพ โดยไม่เชื่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในทันที ต้องมีการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นมาสนับสนุน นอกจากนี้ยังมีการแสดงออกในสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งการกดไลก์ การแชร์ข้อมูลข่าวสารไปยังเพื่อน หรือคนรู้จัก แต่ก่อนการแชร์ต่อข้อมูลจะต้องมั่นใจว่า ข้อมูลที่แชร์ต่อเป็นข้อมูลที่เป็นความจริง แต่ทั้งนี้กลับพบว่า ก่อนทำการแชร์ต่อไม่ได้อ่านข้อความทั้งหมด โดยอ่านเพียงหัวข้อ หรือพาดหัวเท่านั้น

ในประเด็นการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพหรือแม้แต่ข่าวปลอมด้านสุขภาพ จะมีการแชร์ต่อไปโดยมั่นใจว่าตนเองมีความรู้และมีเจตนาเพื่อบอกกล่าวสิ่งที่ดีไปยังคนใกล้ชิดหรือครอบครัว แต่ไม่มีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก หรือกระจายงานในสื่อสังคมออนไลน์

การเปิดรับพอดแคสต์ พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีการฟังพอดแคสต์ผ่านยูทูบ แต่ไม่รู้จักว่าสิ่งที่ตนเองเปิดรับฟังอยู่ เรียกว่า พอดแคสต์ ในส่วนของการผลิตพอดแคสต์ พบว่า ชื่อตอน ความยาวตอน ภาพกราฟิก มีส่วนในการดึงดูดให้เลือกฟังพอดแคสต์ โดยความยาวตอนที่เหมาะสม ควรอยู่ที่ประมาณ 5-20 นาทีเท่านั้น แต่สามารถแบ่งแยกย่อยเป็นตอนต่อไปได้ ส่วนรูปแบบการจัดรายการที่

^{*} Corresponding Author

¹ หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

สามารถดึงดูดความสนใจได้ คือการจัดรายการแบบสนทนา โดยมีผู้จัดรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยไปพัฒนาเป็นพอดแคสต์แล้วนำไปให้กลุ่มเบบี้บูมเมอร์เปิดรับ พบว่า ควรมีการปรับบทโดยลดคำซ้ำ ปรับน้ำเสียงผู้จัดรายการให้เป็นธรรมชาติ และลดเสียงดนตรีประกอบให้เบาลง ในส่วนของกราฟิกควรปรับตัวอักษรให้ใหญ่ขึ้น โดยผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะไปแก้ไขพอดแคสต์ให้มีความสมบูรณ์ และนำไปเผยแพร่ในยูทูบซึ่งเป็นช่องทางหลักที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ใช้รับฟังพอดแคสต์

คำสำคัญ: พอดแคสต์, เบบี้บูมเมอร์, การรู้เท่าทันสื่อ, การแพร่ระบาดของข่าวสาร, ข่าวสุขภาพ

Abstract

The objectives of this research were to study the baby boomers' awareness about the infodemic of health misinformation on social media and to create podcasts on awareness of the spread of health-related news online. A qualitative approach was applied in the study by conducting in-depth interviews with 12 key informants. They were baby boomers aged 56-74 years, who were frequently exposed to social media news. The researcher then conducted in-depth interviews with 9 college academics who had teaching experience in communications for over 5 years. Our informants were selected using a purposive sampling technique to create guidelines for raising awareness about health information on social media. Then the research results were used to produce podcasts that provide knowledge on awareness of health news.

The results found that most baby boomers were frequently exposed to social media and the most widely used social media platforms were Line, Facebook, and YouTube. The reasons were as follows: the diversity of content; easy-to-access; and a chance to select the content that suit their interest, especially health-related content. Then they would apply the information obtained from social media in their daily life. Regarding the awareness of the infodemic of health-related fake news on social media, the results found that the baby boomers had skills in social media use and analysis of health-related news in social media. Most of them did not believe those news and information immediately and searched for information from other sources to support them. They also expressed their opinions by clicking the "like" and sharing the information with their friends or acquaintances. But they would make sure that the information was true before sharing. However, it was found that many baby boomers did not read the entire content before sharing, but read only the titles or headlines.

About creating health content or even sharing fake health news, they would share them with confidence in their knowledge of the issues and intention to share valuable information with their close friends or family. However, they would not share it with unknown people or report it to social media platforms.

Regarding the use of podcasts, it was found that most baby boomers listened to podcasts on YouTube, but they didn't know that it was called podcasts. With regard to podcast production, it was found that the episode titles, episode length, and graphics played a key role in capturing their attention. The ideal length of a podcast episode was between 5-20 minutes only. The final part of an episode can be split as the next episode preview. The podcast format that could attract baby boomers was the conversational format between two or more speakers. The researcher then used the results to create podcasts and asked the baby boomers to listen to them. It was found that the podcast contents should be edited to reduce the repeated words, adjust the voice of the podcaster to sound more natural, and reduce the volume of background music. Regarding graphics, the text size should be increased. The researcher applied their suggestions in improving the podcasts and distributed them on YouTube which is the main channel that the baby boomers use to listen to podcasts.

Keywords: podcast, baby boomers, media literacy, infodemic, health-related news

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแพร่ระบาดของข่าวสาร (Infodemic) ถูกพูดถึงเป็นครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 2003 จาก David Rothkopf ที่เขียนคำนี้ลงในคอลัมน์ของ Washington Post โดยได้นิยามไว้ว่า การแพร่ระบาดของข่าวสารที่มีความจริงอยู่เพียงเล็กน้อย ผสมไปด้วยความกลัว ข้อมูลที่นำเสนอเป็นเพียงการคาดเดา และเป็นข่าวลือ แต่สามารถขยายแพร่กระจายไปในวงกว้างได้อย่างรวดเร็วผ่านการพัฒนาของเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย (Merriam-Webster, (n.d.) as cited in Euamornvanich, 2021, p.30) โดย World Health Organization (n.d.) ได้กล่าวว่า Infodemic คือ ข้อมูลจำนวนมากที่เป็นข้อมูลเท็จ หรือข้อมูลที่สร้างความเข้าใจผิดที่ปรากฏอยู่ในโลกดิจิทัล ทำให้ผู้คนเกิดความสับสน และอาจมีพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อสุขภาพ รวมถึงเป็นข้อมูลที่ส่งผลให้เกิดความไม่ไว้วางใจต่อการทำงานของหน่วยงานด้านสาธารณสุข โดยประเด็นการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพถูกกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก มีข่าวปลอมที่ไหลเวียนในระบบอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 ปรากฏข้อความที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับโควิด-19 ใน Twitter จำนวนกว่า 550 ล้านข้อความ (PAHO, 2020 as cited in Chaikij, & Chitsawang, 2021, p.20)

การแพร่ระบาดของข่าวสารจำนวนมาก ได้กลายมาเป็นปัญหาหนึ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มคนในทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2489-2507 มีอายุ 56-74 ปี (ETDA, 2020, p.24) มีพื้นฐานเติบโตมาจากการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อดั้งเดิม เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นหลัก โดยเป็นกลุ่มคนในวัยเริ่มเกษียณอายุ มีประสบการณ์ในชีวิตสูง เงินเก็บสะสมมาก อดทน ยึดหยุ่น และมีประสบการณ์การทำงานมานาน ทำให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ดี (Prasit, 2020, p.9) ได้มีการปรับตัวก้าวเข้าสู่การดิจิทัลอย่างเต็มตัว อ้างอิงจากการรายงานของ Future-Proofing Your Brand ที่พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์เป็นฐานลูกค้าที่สำคัญ สำหรับสินค้าดิจิทัลประเภทสมาร์ทโฟนและไอแพด อีกทั้งยังมียอดดาวโหลดแอปพลิเคชันต่างๆ ต่อเดือนมากที่สุด โดยมีเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นศูนย์รวมเครือข่ายโซเชียลที่ใหญ่ที่สุด ซึ่งมีผลมาจากการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายโซเชียลมีเดีย และการเกิดสังคมออนไลน์ที่สามารถกำหนดเพื่อนขึ้นมาเฉพาะกลุ่มขึ้นได้ โดยการเติบโตด้านความต้องการทางดิจิทัลของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์นั้น ได้ส่งผลต่อการขยายตัวของตลาดสินค้าด้านอุปกรณ์เพื่อสุขภาพที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจน (Marketingoops, 2021) โดยกลุ่มคนดังกล่าวเป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพเป็นหลัก มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ ส่งผลให้มีข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพแพร่กระจายอยู่ตามสื่อต่างๆ เป็นจำนวนมาก ซึ่งข่าวสารที่แพร่กระจายอยู่นั้นย่อมมีทั้งข่าวจริง และข่าวปลอม (Fake News) จากผลการสำรวจการรับรู้ข่าวปลอมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้สูงวัยไทย ของคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (Bangkokbiznews, 2021) พบว่า ผู้สูงวัยในประเทศไทยมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพในระดับมาก โดยมองว่าข่าวสารสุขภาพที่เผยแพร่ในสื่อออนไลน์มีความทันสมัย มีความดึงดูดใจ มีรูปแบบการเขียนที่น่าสนใจติดตาม

การแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์จำนวนมากนี้ การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) จึงถือเป็นประเด็นที่สำคัญของผู้รับสารในการสร้างเกราะป้องกันตนเองจากข่าวปลอมที่แพร่ระบาดอยู่ในสื่อต่างๆ จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึง การรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพในกลุ่มเจนเนอเรชันเบบี้บูมเมอร์ ว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะในการรู้เท่าทันเนื้อหาสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์มากน้อยเพียงใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ในการผลิตพอดแคสต์เพื่อสร้างการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพแก่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ของเบบี้บูมเมอร์
2. เพื่อพัฒนาพอดแคสต์การรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์สำหรับเบบี้บูมเมอร์

นิยามศัพท์

การแพร่ระบาดของข่าวสาร คือ ข้อมูลจำนวนมากที่เป็นข้อเท็จจริง หรือเป็นข้อมูลที่สร้างความเข้าใจผิดที่ปรากฏอยู่ในโลกดิจิทัล ทำให้ผู้คนเกิดความสับสน และอาจมีพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงต่อปัญหาด้านสุขภาพ

เบบี้บูมเมอร์ คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2489-2507 มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ และมีส่วนร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการกดไลค์ และการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์

การรู้เท่าทันสื่อ คือ ทักษะการเข้าถึง ทักษะการวิเคราะห์ ทักษะการประเมิน ทักษะการสร้างเรื่องราว ทักษะการไตร่ตรอง ทักษะในการแสดงออก และทักษะการมีส่วนร่วมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพผ่านระบบอินเทอร์เน็ต เช่น Facebook, Line และ YouTube

ข่าวปลอม คือ ข่าวที่บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริงที่ถูกนำเสนอจากผู้ส่งสารทั้งโดยเจตนา และไม่เจตนา รวมถึงข้อมูลที่เป็นเท็จทั้งหมด ไม่สามารถหาแหล่งอ้างอิงที่มาของข้อมูลได้

ข่าวปลอมด้านสุขภาพ คือ ข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพที่บิดเบือนไปจากข้อเท็จจริง หรือเป็นข่าวที่ไม่เป็นความจริง ซึ่งอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อสุขภาพ

พอดแคสต์ คือ การออกอากาศรายการประเภทเสียง ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งจะแบ่งรูปแบบรายการออกเป็นตอนๆ มีภาพกราฟิก และเสียงประกอบรายการ แต่ไม่มีภาพเคลื่อนไหวประกอบ

ประโยชน์ที่ได้รับการวิจัย

1. ในทางการพัฒนาความรู้ และทักษะเพื่ออนาคต ผลการวิจัยสามารถนำพอดแคสต์ไปถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาทักษะให้กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อ และสามารถเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีคุณภาพต่อไปในอนาคต
2. ในทางวิชาชีพ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อให้ความรู้ หรือแก้ไขปัญหการรู้เท่าทันสื่อในประเทศได้

วิธีการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยและพัฒนา (Research and Develop) ทำการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่เปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์สำหรับเบบี้บูมเมอร์ จากนั้นผู้วิจัยนำผลการวิจัยไปพัฒนาเป็นพอดแคสต์ เพื่อให้ความรู้ด้านการรู้เท่าทันข่าวสารด้านสุขภาพ ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัยโดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนการวิจัย (Research)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. เบบี้บูมเมอร์ที่มีอายุระหว่าง 56-74 ปี ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อสังคมออนไลน์ เป็นประจำ และมีส่วนร่วมทั้งการไลค์ และการแชร์ข้อมูลข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 12 คน เพื่อวิเคราะห์การรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพสื่อสังคมออนไลน์

2. หลังจากได้ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพสื่อสังคมออนไลน์ของเบบี้บูมเมอร์แล้ว ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพในสื่อสังคม

ออนไลน์สำหรับเบปู๊มเมอร์ โดยเป็นนักวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาที่มีประสบการณ์การสอนด้านสื่อสารมวลชนไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายที่จะค้นหาคำตอบในเรื่องการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพของกลุ่มเบปู๊มเมอร์ เพื่อจัดทำพอดแคสต์สำหรับใช้เป็นแนวทางการรู้เท่าทันสื่อของกลุ่มเบปู๊มเมอร์ โดยหลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก มาทำความเข้าใจเบื้องต้น วิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยตามกรอบทฤษฎี โดยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนการพัฒนา (Develop)

เมื่อผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งหมดมาสังเคราะห์ ทำการกำหนดประเด็นต่างๆ ของข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาบรรยายเชื่อมโยงแต่ละประเด็น เพื่อให้ได้คำตอบของการวิจัยในครั้งนี้ จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นพอดแคสต์ และนำพอดแคสต์ไปให้กลุ่มเบปู๊มเมอร์ทดลองเปิดรับ เพื่อสอบถามถึงความเข้าใจในเนื้อหา รูปแบบการจัดรายการ ความน่าสนใจของรายการ ความสวยงามของการออกแบบ ภาพกราฟิกประกอบ และนำมาปรับแก้ตามความคิดเห็นของเบปู๊มเมอร์ เพื่อให้ได้พอดแคสต์ที่มีความสมบูรณ์และนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ต่อไป

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการศึกษาถึงการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเบปู๊มเมอร์ โดยนำผลการวิจัยมาพัฒนาพอดแคสต์เพื่อการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์สำหรับกลุ่มเบปู๊มเมอร์ ดังสรุปผลการวิจัยต่อไปนี้

พฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเบปู๊มเมอร์

สื่อสังคมออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทกับกลุ่มเบปู๊มเมอร์เป็นอย่างมาก โดยกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มคนที่มีการปรับตัวก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัล มีบัญชีสื่อสังคมออนไลน์เป็นของตัวเอง และมีการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยผลการวิจัย พบว่า กลุ่มเบปู๊มเมอร์ส่วนใหญ่มีการปรับตัวในการเปิดรับสื่อใหม่ มีพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่วนใหญ่เลือกเปิดรับ ได้แก่ Line, Facebook และ Youtube และมีบางส่วนมีการเปิดรับ Tiktok อยู่บ้าง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเบปู๊มเมอร์มีความพร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ สาเหตุที่มีการเปิดรับข่าวสารจากในสื่อสังคมออนไลน์ เพราะเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ง่ายต่อการเปิดรับ และการค้นหาข้อมูล รวมถึงสามารถเลือกเปิดรับในประเด็นที่ตนเองสนใจ อีกทั้งยังสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และยังถือเป็นการพักผ่อนในเวลาว่างอีกด้วย

“มี Facebook, Line ตอนนี้เริ่มเล่น Tiktok ละ ส่วนใหญ่จะชอบลงวิดีโอที่คิดว่าคนน่าจะสนใจ”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, สัมภาษณ์ 1 ตุลาคม 2565)

“ที่เล่น เพราะวัยเราขนาดนี้แล้ว เราก็อหาข้อมูลจากในนั้น แล้วก็เป็นการพักผ่อนด้วย เพราะเราอยู่คนเดียว”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10, สัมภาษณ์ 29 พฤศจิกายน 2565)

ในประเด็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า เบปู๊มเมอร์ มีความสนใจเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพเป็นอย่างมาก และมีพฤติกรรม的开รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ โดยเนื้อหาที่เปิดรับส่วนใหญ่

เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสุขภาพที่ตนเองกำลังประสบอยู่ในขณะนั้น รวมถึงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับช่วงวัย การรับประทานอาหาร หรืออาหารเสริมต่างๆ เพื่อสุขภาพ ซึ่งการเลือกเปิดรับนั้นมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การนำข้อมูลที่ได้รับจากในสื่อสังคมออนไลน์มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับสุขภาพของตนเอง รวมถึงยังมีพฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลจากในสื่อสังคมออนไลน์ไปยังบุคคลใกล้ชิด โดยมีเจตนาที่ดีในการส่งต่อข้อมูลนั้น

ทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์

ในประเด็นทักษะการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยในด้านทักษะการเปิดรับ และทักษะการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่ตนเองคิดว่าน่าเชื่อถือได้ แต่ทั้งนี้จะไม่เชื่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในทันที ส่งผลให้จำเป็นต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ และทักษะการประเมินเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะในการวิเคราะห์ และการประเมินข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ โดยจะไม่เชื่อในข้อมูลที่ได้รับในทันที จะมีการรอบคอบว่าเป็นข่าวปลอมไว้ก่อน อีกทั้งหากข้อมูลที่ได้รับมาขัดกับความรู้ หรือความเชื่อเดิมของตนเองจะเลือกไม่เชื่อถือข้อมูลนั้น จึงส่งผลให้มีความจำเป็นต้องมีการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นมาสนับสนุน โดยแหล่งข้อมูลที่หาเพิ่มเติม คือ Google

แต่ทั้งนี้ก็มีประเด็นน่าสนใจที่พบในผลการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเบบี้บูมเมอร์เชื่อถือข้อมูลที่ค้นพบเป็นลิงก์แรกๆ ใน Google โดยเชื่อว่าเป็นข้อมูลที่ผ่านการกลั่นกรองมาแล้ว อีกทั้งยังพบว่า เบบี้บูมเมอร์บางคนเลือกเชื่อถือแหล่งข้อมูลที่ส่งต่อมาจากเพื่อนสนิทที่ได้ลองในสิ่งนั้นแล้ว โดยให้เหตุผลว่า เมื่อเพื่อนสนิทเคยลองแล้วดีต่อสุขภาพ ก็เลือกที่จะเชื่อโดยไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลเพิ่มเติม เพราะเห็นผลที่ชัดเจนแล้ว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเบบี้บูมเมอร์บางคนยังขาดทักษะการวิเคราะห์และการประเมินเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์

“ส่วนใหญ่เป็นคนชอบสืบค้น ก็เข้าไปหาใน Google ไปหาใน Website ฝรั่งว่ามีชื่อโรคที่เราค้นหาไหม คือ ไม่ได้เชื่อ 100% โดยใน Google ก็จะเชื่ออันที่ขึ้นแรกๆ แล้วก็เข้าไปดู Comment ส่วนใหญ่จะเลือกอันที่ 1 ที่ขึ้นมาเลย แล้วก็ดูอันที่ 2-3”
(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 11, สัมภาษณ์ 18 ธันวาคม 2565)

“ถ้าเป็นข้อมูลที่ได้จากเพื่อนที่เคยลองมาแล้ว ส่วนใหญ่จะเชื่อ เพราะเคยลองมาแล้ว ว่ามันดี ได้ผลจริง ถ้าอย่างนั้นจะไปหาจากที่อื่นเพิ่มทำไม เราเชื่อเพื่อน ก็ไม่จำเป็นต้องไปหาเพิ่มจากที่อื่นแล้วครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, สัมภาษณ์ 1 ตุลาคม 2565)

ในด้านทักษะการแสดงออก พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะการแสดงออกในสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งการกดไลค์ รวมไปถึงมีการแชร์ข้อมูลข่าวสารไปยังเพื่อน หรือคนรู้จัก แต่ทั้งนี้ก่อนการแชร์ต่อข้อมูลนั้นจะต้องมั่นใจว่า ข้อมูลที่แชร์ต่อเป็นข้อมูลที่ถูกต้อง เป็นความจริง แต่มีข้อค้นพบที่น่าสนใจในประเด็นของการแสดงออกโดยการแชร์ต่อที่พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ไม่ได้อ่านข้อความเกี่ยวกับสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมดก่อนทำการแชร์ต่อ โดยบางคนอ่านเพียงหัวข้อ หรือแค่พาดหัวเท่านั้น ซึ่งในประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ายังขาดทักษะการแสดงออกในสื่อสังคมออนไลน์ และอาจส่งผลให้ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ได้

“ดูแค่พาดหัว แล้วก็สรุป ไม่ได้อ่านเนื้อหาทั้งหมด”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6, สัมภาษณ์ 7 ตุลาคม 2565)

“อ่านไม่จบ บางทีก็ดูแค่หัวข้อเฉยๆ”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2, สัมภาษณ์ 1 ตุลาคม 2565)

นอกจากประเด็นของแสดงออกด้วยการแชร์ข้อมูลข่าวสารแล้ว การสร้างเรื่องราวก็เป็นหนึ่งในทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีบทบาทเป็นเพียงผู้เปิดรับสื่อ และมีการแชร์ต่อเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและมั่นใจว่าเป็นเนื้อหาที่ถูกต้อง แต่ไม่มีการสร้างเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีมุมมองว่า ตนเองไม่ใช่บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ และไม่ใช่มือเชี่ยวชาญในด้านนั้นๆ หากสร้างเนื้อหาที่ผิดอาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของคนอื่นได้ เนื่องจากสุขภาพของแต่ละคนมีความแตกต่างกัน และเมื่อสร้างเนื้อหาแล้วเนื้อหาที่สร้างจะอยู่ในโลกออนไลน์ตลอดไป แต่ทั้งนี้ก็มีประเด็นที่น่าสนใจ พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์บางท่าน ได้มีการริเริ่มสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพ และทำการแชร์ต่อไปยังกลุ่มคนใกล้ชิด หรือคนในครอบครัวผ่านไลน์ในกลุ่มเล็กๆ โดยเนื้อหาที่สร้างนั้นจะต้องมั่นใจว่าเป็นประเด็นที่ตนเองมีความรู้ และมีเจตนาหลักเพียงเพื่อบอกกล่าวสิ่งที่ดีให้แก่คนใกล้ชิด แต่จะไม่มีการโพสต์ลงเฟสบุ๊ก หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น โดยประเด็นดังกล่าวนี้ สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึง คือ ความถูกต้องของข้อมูลที่นำเสนอ ถึงแม้ว่าการสร้างเนื้อหานั้นจะมีเจตนาที่ต้องการให้ความรู้ หรือบอกต่อสิ่งดีๆ เกี่ยวกับสุขภาพที่ตนเองได้ทดลองมาจากประสบการณ์ตรง แต่ทั้งนี้ควรมีการหาแหล่งอ้างอิงมาสนับสนุนเนื้อหาที่ตนเองนำเสนอเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเนื้อหาที่สร้างขึ้น รวมถึงควรมีการให้ความรู้ในเรื่องกฎหมายและพระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์เพิ่มเติม เพื่อให้ตระหนักก่อนนำเสนอเนื้อหาต่างๆ ที่ตนเองผลิตขึ้น เพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอมด้านสุขภาพ และยังช่วยลดการแพร่ระบาดของข่าวปลอมได้อีกทางหนึ่ง

“คิดว่าต้องพูดเรื่องกฎหมาย เพราะมันเป็นสิ่งเดียวที่สามารถควบคุมคนได้ เราอาจต้องให้ข้อมูลว่า ทำแบบนี้มันผิดกฎหมายนะ พรบ. คอม การนำข้อมูลอันเป็นเท็จเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ แต่ต้องบอกเขาในรูปแบบที่มันง่าย ว่าไม่ใช่พื้นที่ส่วนตัวนะ แต่มันคือพื้นที่สาธารณะ เราไม่ได้รู้เขานะ แต่เราแค่บอกให้เขารู้ อาจบอกเขาเกี่ยวกับหมวด พรบ. สุขภาพ ก็ได้เนาะ”

(นักวิชาการคนที่ 9, สัมภาษณ์ 20 มกราคม 2566)

“ต้องบอกเขาว่า สื่อดิจิทัล เข้ามามีบทบาทกับเขาอย่างไรบ้าง เขาสามารถหาข้อมูลได้จากที่ไหน ต้องให้เขาเห็นตัวอย่างเลยว่าแบบไหนของจริง แบบไหนข่าวปลอม เพื่อยืนยันให้เขาคิดก่อนจะแชร์ แต่การสื่อสารต้องไม่เป็นทางการนะ แล้วก็ควรต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับ พรบ. ข้อมูลข่าวสาร แล้วก็ยกตัวอย่างให้เห็นชัดเจน เหมือนเอาเรื่องใกล้ตัวที่เขาทำ อาจต้องยกเคสตัวอย่างให้เขารู้ เพราะบางคนไม่รู้เนะ อย่างบางที Comment ไปโดยไม่รู้ว่าทำแบบนี้ไม่ได้ ก็ต้องให้ความรู้เขา”

(นักวิชาการคนที่ 5, สัมภาษณ์ 10 มกราคม 2566)

นอกจากนี้ ในกรณีที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์พบเจอข่าวปลอมด้านสุขภาพที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ ผลการวิจัยพบว่า มีทักษะการแสดงออกและการมีส่วนร่วม โดยมีการบอกกล่าวไปยังเพื่อน หรือคนใกล้ชิดในครอบครัว แต่ไม่มีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นที่ไม่รู้จักหรือกดรายงานในสื่อสังคมออนไลน์ การที่ไม่มีการแสดงออกเมื่อพบเจอกับข่าวปลอมในสื่อสังคมออนไลน์นั้น ควรมีการณรงค์ให้กล้าแสดงออกเมื่อพบเจอข่าวปลอมที่ถูกส่งต่อกันมา รวมทั้งมีการรายงานให้สาธารณชนได้รับทราบ ไม่ว่าจะเป็นการกด Report เพจที่นำเสนอข่าวปลอม โดยส่วนหนึ่งที่ไม่มีการกด Report เพจที่นำเสนอข่าวปลอมนั้น เนื่องจากไม่ทราบวิธีการ และไม่แน่ใจว่ากดแล้วจะมีผลอย่างไรกับทั้งตนเองและสังคมบ้าง จึงควรมีการให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวประกอบด้วย แต่ทั้งนี้ก่อนแสดงออกดังกล่าวดังกล่าว ต้องมีการตรวจสอบอย่างแน่ชัดแล้วว่าเป็นข่าวปลอม ทั้งนี้เพื่อสร้างสังคมออนไลน์ที่มีคุณภาพ

“คิดว่าเขาไม่ทราบวิธีการ Report กลุ่มเบปู๊มเมอร์ก็ไม่เหมือนวัยรุ่นที่เห็นอะไรไม่ถูกต้องก็เข้าไป Comment แต่คนรุ่นนี้ก็จะนิ่งเฉย ปล่อยผ่าน โดยพฤติกรรม เราต้องให้ข้อมูลว่ามันสามารถกด Report ได้ แสดงความคิดเห็นได้โพสต์นั่นๆ ได้ เป็นการกระตุ้นถ้าเขา Take action มันก็เป็นการแพร่กระจายให้สาธารณชนได้รับรู้ว่าอันนี้มัน Fake news เหมือนเป็นการช่วยสังคมบอกต่อกัน เป็นหูเป็นตา แล้วก็อีกอย่าง ต้องให้เขารู้ช่องทางที่จะตรวจสอบ Fake news ได้ อย่างพวกเพจ anti fake news, Cofact, ชัวร์ก่อนแชร์ คือ ถ้าในกรณีไปหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือแล้ว ก็สามารถเป็นหูเป็นตาให้สังคมได้”

(นักวิชาการคนที่ 1, สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม 2565)

“อันดับแรกเลย เท่าที่สังเกตนะ บางคนกดไม่เป็น กดไปแล้วใครมารับรายงานของฉัน แล้วกดรายงานไปมันช่วยอะไร เขาไม่รู้ว่ามันมีประโยชน์อะไร เราต้องบอกเขาว่าคุณทำประโยชน์ได้ แล้วสอนให้เขาทำค่ะ”

(นักวิชาการคนที่ 5, สัมภาษณ์ 10 มกราคม 2566)

การเปิดรับพอดแคสต์ของกลุ่มเบปู๊มเมอร์

การเปิดรับพอดแคสต์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเบปู๊มเมอร์ ส่วนใหญ่มีการฟังพอดแคสต์ ทั้งการฟังรายการที่ตนเองสนใจ ฟังเพลง โดยเปิดรับฟังผ่านช่องทาง YouTube เป็นหลัก แต่ไม่ทราบว่าสิ่งที่ตนเองเปิดรับฟังอยู่นั้น เรียกว่า พอดแคสต์

ในส่วนของการผลิตพอดแคสต์ พบว่า ชื่อตอน ความยาวตอน ภาพกราฟิก มีส่วนในการดึงดูดใจให้เลือกฟังพอดแคสต์ โดยความยาวตอนที่เหมาะสมและสามารถดึงดูดให้รับฟังรายการได้จนจบ ควรอยู่ที่ประมาณ 5-20 นาทีเท่านั้น แต่สามารถแบ่งแยกย่อยเป็นตอนต่อไปให้ติดตามได้ ซึ่งหากเป็นรายการที่กลุ่มเบปู๊มเมอร์สนใจก็จะติดตามฟังในตอนต่อไป ในส่วนของรูปแบบการจัดรายการนั้น ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดรายการที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเบปู๊มเมอร์ให้เลือกรับฟังพอดแคสต์ได้ คือ การจัดรายการแบบสนทนา โดยควรมีผู้จัดรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป จัดรายการในลักษณะการพูดคุยกัน ซึ่งทำให้รายการมีความน่าสนใจมากกว่าการเล่าเรื่องโดยผู้จัดรายการเพียงคนเดียว

ผลการวิจัยเพื่อการพัฒนา

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเบปู๊มเมอร์ และนักวิชาการนิเทศศาสตร์แล้ว ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่ได้มาพัฒนาโดยการเขียนบทพอดแคสต์ ก่อนนำไปผลิตเป็นพอดแคสต์เพื่อสร้างการรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ให้กลุ่มเบปู๊มเมอร์ โดยแบ่งกระบวนการผลิตพอดแคสต์ ออกเป็น 3 ช่วง ได้แก่

4.2.1 Pre Production ผู้วิจัยนำผลการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์เบปู๊มเมอร์ และกลุ่มนักวิชาการ มาวิเคราะห์จนได้คำตอบว่า ควรทำพอดแคสต์เป็นตอนสั้นๆ โดยแต่ละตอนควรมีความยาวไม่เกิน 10 นาที และจัดรายการในรูปแบบของการพูดคุยกันซึ่งมีความน่าสนใจมากกว่าการจัดรายการโดยมีผู้จัดรายการเพียงคนเดียว การตั้งชื่อช่องควรเป็นชื่อที่เข้าใจง่าย สามารถสื่อสารได้ตรงประเด็น ผู้วิจัยจึงได้ทำการเขียนบทพอดแคสต์ออกเป็นตอน โดยแต่ละตอนมีประเด็นหลักเพียงประเด็นเดียว และจัดรายการในรูปแบบการสนทนาโดยมีผู้จัดรายการ 2 คน ทำการตั้งชื่อช่อง โดยใช้ชื่อว่า Media Literacy Podcast และแบ่งพอดแคสต์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 : สื่อสังคมออนไลน์

ตอนที่ 2 : ข่าวปลอม

ตอนที่ 3 : การรู้เท่าทันข่าวปลอมด้านสุขภาพ



ภาพที่ 1 กราฟิกประกอบพอดแคสต์

ที่มา : ผู้วิจัย

4.2.2 Production ขั้นตอนการผลิตพอดแคสต์ หลังจากที่คุณวิจัยได้เขียนบทเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการผลิตตัวอย่างพอดแคสต์ รวมถึงการออกแบบหน้าปกของช่อง และกราฟิกที่ใช้ประกอบในพอดแคสต์ แล้วนำไปให้กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ฟัง ก่อนนำมาทำการแก้ไขให้พอดแคสต์มีความสมบูรณ์ตามความเห็นของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

หลังจากที่คุณวิจัยได้นำพอดแคสต์ไปให้กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ฟัง พบว่า ควรมีการปรับบทให้ลดคำซ้ำ และปรับน้ำเสียงของผู้จัดรายการให้น่าฟัง เป็นธรรมชาติมากขึ้น รวมทั้งการลดเสียงดนตรีประกอบให้เบาลง ในส่วนของกราฟิก มีการปรับให้ตัวอักษรใหญ่ขึ้นตามคำแนะนำของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ และนำไปพัฒนาพอดแคสต์ให้มีความสมบูรณ์

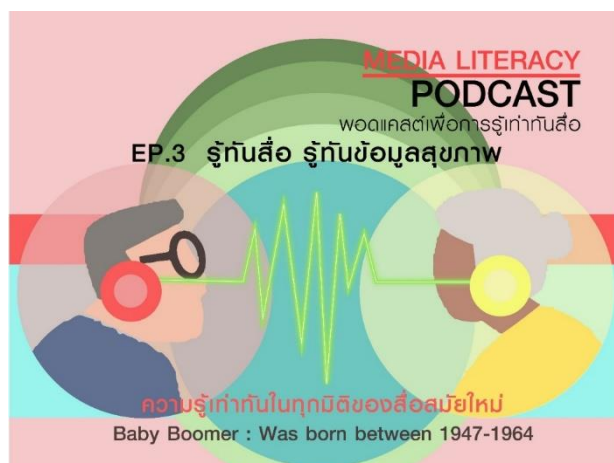
พอดแคสต์ที่พัฒนาตามคำแนะนำของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ผู้วิจัยได้ปรับพอดแคสต์ตามคำแนะนำของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยแบ่งพอดแคสต์ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 : สื่อสังคมออนไลน์ คืออะไร

ตอนที่ 2 : ตรวจสอบข่าวปลอม ทำได้ง่ายๆ

ตอนที่ 3 : รู้ทันสื่อ รู้ทันข้อมูลสุขภาพ



ภาพที่ 2 กราฟิกประกอบพอดแคสต์ที่แก้ไขแล้ว

ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 3 หน้าปกของ Media Literacy Podcast

ที่มา : ผู้วิจัย

4.2.3 Post Production ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำพอดแคสต์ที่ปรับแก้ไขตามคำแนะนำของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เรียบร้อยแล้ว ไปเผยแพร่ผ่านช่อง Media Literacy Podcast ใน Youtube Channel ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ใช้เปิดรับพอดแคสต์ โดยผู้วิจัยได้สร้าง QR Code เพื่อเข้ารับฟังพอดแคสต์ ทั้ง 3 EP ดังนี้



EP 1: สื่อสังคมออนไลน์ สำคัญอย่างไรกับชีวิต



EP 2: ตรวจสอบข่าวปลอม ทำได้ง่ายๆ



EP 3: รู้ทันสื่อ รู้ทันข้อมูลสุขภาพ

อภิปรายผล

พฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ ถือได้ว่าเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่กำลังมีบทบาทกับกลุ่มเบบี้บูมเมอร์เป็นอย่างมาก โดยกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มคนที่มีความพร้อมในการปรับตัวก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัล มีบัญชีสื่อสังคมออนไลน์เป็นของตัวเอง และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยมีพฤติกรรม的开รับสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำ และสื่อสังคมออนไลน์ที่เปิดรับส่วนใหญ่ ได้แก่ Line, Facebook และ YouTube ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของ ETDA (2020, p.25) ที่พบว่า กิจกรรมยอดนิยมของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มดังกล่าวมีความชื่นชอบได้แก่ Facebook, Line และ YouTube ตามลำดับ

สาเหตุหลักที่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสังคมออนไลน์ เพราะเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ง่ายต่อการเปิดรับ และการค้นหาข้อมูล รวมถึงสามารถเลือกเปิดรับในประเด็นที่ตนเองสนใจ อีกทั้งยังสะดวกในการติดต่อสื่อสาร และถือเป็นการพักผ่อนในเวลาว่าง ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 ที่พบว่า วัตถุประสงค์ในการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ คือ เพื่อติดต่อสื่อสารสนทนา ติดตามข่าวสารทั่วไป และทำกิจกรรมสันทนาการ (ETDA, 2022, p.85) และยังสอดคล้องกับ Pantim and Sampattavanich (2020, p.168) ที่ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยและระดับการยอมรับการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ พบว่า พฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ส่วนใหญ่ใช้งานเพื่อการติดต่อสื่อสารกับครอบครัว และกลุ่มเพื่อนๆ มากที่สุด รองลงมาคือ ใช้งานเพื่อเปิดรับข่าวสารต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

การเลือกเปิดรับข้อมูลจากในสื่อสังคมออนไลน์นั้น พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารเฉพาะที่ตนเองสนใจเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับ Klapper (1960, p.5 as cited in Noppawong, 1999, pp.15-16) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจ และความต้องการของตนเอง โดยกลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีความสนใจข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพเป็นอย่างมาก และข้อมูลที่ทำให้ความสนใจนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับโรคภัยไข้เจ็บที่ตนเองกำลังประสบอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของคณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) ร่วมกับกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ ที่พบว่า ผู้สูงวัยในประเทศไทยมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพในระดับมาก (Bangkokbiznews, 2021) อีกทั้งยังสอดคล้องกับที่ Marketing Ops (2021) ได้กล่าวไว้ว่า การเติบโตด้านความต้องการทางดิจิทัลของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ได้ส่งผลต่อการขยายตัวของตลาดสินค้าด้านอุปกรณ์เพื่อสุขภาพที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจน และสอดคล้องกับรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565 ที่พบว่า กิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมอันดับแรกของคนไทย คือ การขอรับคำปรึกษาและรับบริการทางการแพทย์ (e-Health) โดยเฉพาะการจองคิวขอรับบริการทางการแพทย์ออนไลน์ (ETDA, 2022, p.15)

ทักษะการรู้เท่าทันข้อมูลด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์

ทักษะการรู้เท่าทันการแพร่ระบาดของข่าวปลอมด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีทักษะการเปิดรับข่าวสารด้านสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ โดยไม่เชื่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในทันที ต้องมีการหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอื่นมาสนับสนุนก่อน ซึ่งแหล่งข้อมูลที่หาเพิ่มเติมคือ Google ซึ่งสอดคล้องกับที่ Tansuwannond (2018, pp.55-58) ที่ได้สรุปการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อว่า การเลือกรับสื่อที่หลากหลายรอบด้าน จำเป็นต้องมีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อที่มีความหลากหลาย มีการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการตรวจสอบความถูกต้องของสิ่งที่สื่อนำเสนอ อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Hobbs, 2010, p.19; O'Neill, & Barnes, 2008, pp.23-14; Livingstone, 2004, pp.3-6; Center for Media Literacy, 2008 as cited in Makesrithongkum, 2011, p.119) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารควรมีทักษะการเข้าถึง ต้องมีการค้นหา เลือกใช้สื่อ และเครื่องมือทางเทคโนโลยี รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่เหมาะสมไปยังผู้อื่นได้ นอกจากนี้ผู้รับสารควรมีทักษะในการคิดวิเคราะห์ข้อมูล แยกแยะข่าวสารที่มีคุณภาพ มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ มีประเด็นที่น่าสนใจ และตีความเนื้อหาในข่าวสารนั้นๆ ได้

ในประเด็นทักษะการแสดงออก พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีการแสดงออกในสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยการกดไลค์ รวมไปถึงการแชร์ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเพื่อน หรือคนรู้จัก แต่ทั้งนี้ก่อนการแชร์ต่อข้อมูล จะต้องมั่นใจว่า ข้อมูลที่แชร์ต่อเป็นข้อมูลที่ เป็นความจริง ซึ่งสอดคล้องกับ Brandbuffet (2023) ที่อัพเดท 6 Generations ในสังคมไทย มีพฤติกรรมอย่างไร ที่กล่าวว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ เริ่มมีการแสดงความคิดเห็นและแชร์เรื่องราวต่างๆ บนโซเชียลมีเดียมากขึ้น

แต่ทั้งนี้ พบประเด็นที่น่าสนใจว่า การแชร์ต่อข้อมูลข่าวสารนั้น ไม่ได้อ่านข้อความเกี่ยวกับสุขภาพในสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด ก่อนทำการแชร์ต่อ โดยบางคนอ่านเพียงหัวข้อ หรือแค่พาดหัวเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ Bangkokbiznews (2021) ที่กล่าวว่า กลุ่มผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่มีการแชร์ต่อข่าวสารที่ได้รับมาในทันที ผ่านแอปพลิเคชันที่ตนเองมีกลุ่มเพื่อนอยู่ โดยการแชร์ต่อข้อมูลข่าวสารนั้นขาดการวิเคราะห์ความถูกต้องของข้อมูลก่อน ซึ่งการแชร์ข้อมูลโดยอ่านเพียงหัวข้อ หรือพาดหัวข่าวเพียงอย่างเดียว นั้นขัดแย้งกับระบบการคัดกรองข่าวปลอมที่ กล่าวว่า ไม่ควรเชื่อพาดหัวข่าวเพียงอย่างเดียว เพราะข่าวปลอมมักจะทำให้พาดหัวดูมีความน่าสนใจ (Rattanasimakul, Pakdeemualchon, & Tothanayanon, 2021, p.40) อีกทั้งยังมีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในการแพร่ระบาดของข่าวปลอมดังที่ Webwise (2022 as cited in Saengchumnong, 2022, p.61) ได้กล่าวไว้ว่า Infodemic เป็นสถานการณ์การแพร่ระบาดใหญ่ของข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผิด มีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วและก่อให้เกิดความเสียหายในวงกว้าง และยังสามารแพร่กระจายครอบคลุมอย่างกว้างขวางในทุกประเด็น และในทุกแพลตฟอร์ม

ในส่วนของการสร้างเรื่องราวก็เป็นหนึ่งในทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยผลการวิจัย พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ส่วนใหญ่เป็นเพียงผู้เปิดรับสื่อ และมีการแชร์ต่อเนื้อหาที่มีความน่าสนใจและมั่นใจว่าเป็นเนื้อหาที่ถูกต้องเท่านั้น แต่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ส่วนใหญ่ไม่มีการสร้างเนื้อหา หรือเรื่องราวในสื่อสังคมออนไลน์แต่อย่างใด แต่ทั้งนี้ก็มีประเด็นที่น่าสนใจ พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์บางท่าน ได้มีการริเริ่มสร้างเรื่องราวเกี่ยวกับข้อมูลสุขภาพ แชร์ต่อไปยังกลุ่มคนใกล้ชิด หรือคนในครอบครัวผ่านไลน์ โดยมั่นใจว่าเป็นประเด็นที่ตนเองมีความรู้ และมีเจตนาเพื่อบอกกล่าวสิ่งที่ดีแก่คนใกล้ชิด แต่ไม่มีการโพสต์ลงเฟสบุ๊ค หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ซึ่งสอดคล้องกับ Mookdasangsawang (2021, p.54) ที่พบว่า ผู้สูงอายุมีความพึงพอใจในการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ โดยมีมุมมองว่าเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้คนกล้าแสดงออก แต่ทั้งนี้ในการสร้างเนื้อหาในประเด็นที่ตนเองมีความรู้ นั้น อาจพบข้อมูลข่าวสารที่ไม่ถูกต้อง คลาดเคลื่อนหรือบิดเบือน ก่อให้เกิดความผิดพลาดของข้อมูลข่าวสาร ดังที่ Rawinit (2020) ที่กล่าวถึงความผิดพลาดของข้อมูลข่าวสารที่สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ ซึ่งกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่ทำการสร้างเรื่องราวเป็นการส่งต่อข่าวสารในระดับข้อมูลผิดพลาด (Mis-information) โดยไม่มีเจตนาต้องการสร้างความเสียหายให้เกิดขึ้นแต่อย่างใด

นอกจากนี้ ในกรณีของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์พบเจอข่าวปลอมด้านสุขภาพที่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ ส่วนใหญ่มีทักษะการแสดงออกและการมีส่วนร่วม โดยมีการบอกกล่าวไปยังเพื่อน หรือคนในครอบครัว แต่ไม่มีการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นที่ไม่รู้จัก หรือกรรายงานในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งขัดแย้งกับที่ Potter (2008 as cited in Ramasoota, & Tongnok, 2020, pp.54-55) ที่ได้กล่าวถึงระดับการรู้เท่าทันสื่อ ว่าขั้นรับผิดชอบต่อสังคมนั้น ผู้รับสารจะมีความตระหนักว่าเนื้อหาสารบางประเภทมีผลกระทบต่อสังคม และผู้รับสารแต่ละคนควรสามารถสร้างแรงกระตุ้นให้แก่สังคมได้

การเปิดรับพอดแคสต์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์

ในประเด็นการเปิดรับพอดแคสต์ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ส่วนใหญ่มีการเปิดรับฟังพอดแคสต์ที่ตนเองสนใจ ทั้งการฟังรายการ ฟังเพลง โดยส่วนใหญ่รับฟังผ่านทาง Youtube แต่ไม่รู้จักว่าสิ่งที่ตนเองเปิดรับฟังอยู่นั้น เรียกว่า พอดแคสต์ ซึ่งสอดคล้องกับที่ Ross (2018c as cited in Priyakorn, 2017, p.30) ที่กล่าวว่า YouTube ถือเป็นช่องทางเลือกในการกระจายเสียงพอดแคสต์ที่น่าสนใจ เนื่องจากมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมากในประเทศไทย อีกทั้งยังสอดคล้องกับที่ Supsinwiat (2022, p.56) ที่กล่าวว่า ผู้ฟังสามารถเลือกรับฟังรายการในพอดแคสต์ได้ตามความต้องการของตนเอง โดยรูปแบบรายการมีความชัดเจน ส่งผลให้ผู้ฟังสามารถเลือกรับฟังได้ โดยผู้ฟังสามารถเลือกฟังเนื้อหาตามความสนใจ และความสะดวก และยังสอดคล้องกับ Rojanasoton (2020) ที่กล่าวว่า พอดแคสต์เป็นรายการที่เผยแพร่เสียงผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ทั้ง YouTube, Spotify, Apple Podcasts, SoundCloud มี

ผู้ดำเนินรายการหรือแขกรับเชิญมาพูดคุย เล่าเรื่องราว หรือสัมภาษณ์ มีความคล้ายคลึงกับวิทยุ แต่จุดเด่นคือสามารถเลือกฟังได้ตามรายการและหัวข้อที่น่าสนใจได้ทุกที่ทุกเวลา

ในส่วนของการผลิตพอดแคสต์นั้น สามารถสรุปได้ว่า ชื่อตอน ความยาวตอน ภาพกราฟิก มีส่วนในการดึงดูดให้เลือกฟังพอดแคสต์ โดยความยาวตอนที่เหมาะสมและสามารถดึงดูดให้รับฟังรายการได้จนจบ ควรอยู่ที่ประมาณ 5-20 นาทีเท่านั้น แต่สามารถแบ่งแยกย่อยเป็นตอนต่อไปให้ติดตามได้ สอดคล้องกับที่ Miksen (2008 as cited in Priyakorn, 2017, pp.22-23) ได้กล่าวว่า รายการพอดแคสต์มีความจำเป็นที่จะต้องดึงดูดความสนใจของผู้ฟังให้ได้ทันที โดยสามารถดึงดูดให้ผู้ฟังรับฟังเพียงไม่กี่นาทีแล้วอยากติดตามรายการไปตลอดจนจบ โดยข้อมูลที่เป็นตัวอักษรเป็นข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ อีกทั้งการตั้งชื่อตอนแต่ละตอนก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน

ด้านรูปแบบการจัดรายการนั้น สรุปได้ว่า รูปแบบการจัดรายการที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ได้ คือการจัดรายการแบบสนทนา โดยมีผู้จัดรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป สอดคล้องกับที่ The Modernist (2566) ที่กล่าวถึงพอดแคสต์ไว้ว่า ธรรมชาติของพอดแคสต์ คือ การเล่าเรื่องอย่างเป็นธรรมชาติ เป็นรูปแบบของการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการ และยังสอดคล้องกับ RAINMAKER (2561 as cited in Supsinwiat, 2022, p.56) ได้กล่าวว่า ผู้ฟังพอดแคสต์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ชอบฟังพอดแคสต์รูปแบบการสนทนาระหว่างพิธีกรรายการ โดยมีสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 42.31

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มเบบี้บูมเมอร์มีความสนใจในข่าวสารด้านสุขภาพที่เผยแพร่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีการเปิดรับและมีการเลือกทำตามข้อมูลที่ได้รับหากวิเคราะห์แล้วว่า เป็นข้อมูลที่น่าเชื่อถือ แต่ทั้งนี้การเลือกเชื่อถือข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมาทั้งหมดนั้นบางส่วนยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ตรงของตนเองเป็นหลัก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการให้ความรู้เรื่องการรู้เท่าทันข่าวปลอมด้านสุขภาพให้แก่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ผ่านสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มดังกล่าวได้ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันเรื่องการรู้เท่าทันสื่อให้แก่กลุ่มดังกล่าวให้สามารถวิเคราะห์ และเปิดรับสื่ออย่างรู้เท่าทัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาในประเด็นอื่นๆ นอกเหนือจากข่าวปลอมด้านสุขภาพเพิ่มเติม เช่น ข่าวสารด้านการเงิน การลงทุน เป็นต้น เนื่องจากการแพร่ระบาดของข่าวสารที่เป็นข่าวปลอมไม่ได้มีเพียงข่าวสารด้านสุขภาพเท่านั้น ดังนั้นการรู้เท่าทันสื่อจึงควรมีการวางแผนแนวทางสำหรับข่าวปลอมในทุกมิติของสังคม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกในแต่ละมิติ และสามารถนำมาวางแผนสร้างการรู้เท่าทันสื่อได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

- Bangkokbiznews. (2021). *Change Elderly to Keep up with Digital Literacy, Don't Fall for Fake News in the Covid Era*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/social/958666>.
- Bangkokbiznews. (2021). *7 Things to Do for Health Products Advertising Literacy in the Covid-19 Era*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/social/954794>.
- Brandbuffet. (2023). *Update Behaviors of 6 Generations in Thai Society*. Retrieved May 11, 2023 from <https://www.brandbuffet.in.th/2023/01/mi-group-report-6-generations-of-consumer-behaviour-in-2023/>.
- Chaikij, P., & Chitsawang, S. (2021). The Fake News's Infodemic about the COVID-19 Pandemic and the Preventive Measures in Thailand. *Rajapark Journal*, 15(40), 15-32.

- ETDA. (2020). *Thailand Internet User Behavior 2020*. Retrieved from <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/publications/Thailand-Internet-User-Behavior-2020.aspx>.
- ETDA. (2022). *Thailand Internet User Behavior 2022*. Retrieved from <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>.
- Euamornvanich, P. (2021). Covid-19 Social Media Infodemic Literacy. *Journal of BSRU-Research and Development Institute*, 6(2), 29-36.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Communications and Society Program, The Aspen Institute.
- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*. 1(7), 3-14.
- Makesrithongkum, B. (2011). Media Literacy: Keeping Pace with Information Age. *Executive Journal*, 31(3), 117-123.
- Marketingoops. (2021). *Know it in Advance!!! Summary of Insight for Every 'Generation' and 'Consumer Behavior' Trend of 2021*. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/reports/insight-and-customer-trends-2021/>.
- Mookdasangsawang, C. (2021). *Behaviors and Gratsifaction in Using TikTok Application of Elderly* (Master's thesis). Mahidol University. Bangkok.
- Noppawong, C. (1999). Information Monitoring, Communication, and Work Satisfaction During Business Restructuring of the Siam Cement Group (Master's thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- O'Neill, B., & Barnes, C. (2008). *Media Literacy and the Public Sphere: A Contextual Study for Public Media Literacy Promotion in Ireland*. Dublin, Ireland: Dublin Institute of Technology, Centre for Social and Educational Research.
- Pantim, N., & Sampattavanich, P. (2020). Factors Affecting Baby Boomers' Facebook Adoption and Adoption Level. *Journal of Communication Arts Review*, 24(1), 164-175.
- Prasit, K. (2020). Media Exposure Service Innovation Base on Application and Application Behavior in Lifestyle of Baby Boomer in Bangkok Metropolitan. (Master's thesis). Silpakorn University. Bangkok.
- Priyakorn, A. (2017). The Creation Process Study of the Broadcast Programming via Podcast Channel in Thailand (Master's thesis). School of Communication Arts and Management Innovation, National Institute of Development Administration. Bangkok.
- Ramasoota, P., & Tongnok, T. (2020). *The Fifth Estate: from Media Watchdogs in Civil Society to Online Citizens*. Bangkok: Kobfai Publishing.
- Rattanasimakul, K., Pakdeemualchon, A., & Tothanayanon, K. (2021). Fake News Literacy in Social Media Among Teenagers age and Seniors in Chiang Rai Province. *Journal of Mass Communication*, 9(2), 28-59.
- Rawinit, W. (2020). *Infodemic in Covid-19 Situation*. Retrieved from <https://www2.rsu.ac.th/samrangsit-online-detail/CommArts-Article04>.
- Rojanasoton, S. (2020). *Get to Know Podcast, Media that can Reach the Target Group with Quality*. Retrieved from <https://www.thumbsup.in.th/podcast-brand-advertising>.

- Saengchumnong, A. (2022). Distinguish between Real News and Fake News and the Emergence of Operational Awareness Base on News Among Undergraduate Students. *Thai Media Fund Journal*, 1(1), 54-79.
- Supsinwiat, R. (2022). The Communication Process and Qualifications of Podcast Hosts. *Institute of Culture and Arts Journal*, 23(2), 55-70.
- Tansuwannond, C. (2018). *Media Literacy* (2nd ed.). Bangkok: Suan Dusit Graphic Site.
- The Modernist. (2023). *Podcast, an Interesting Tool for Creating a Memorable Brand*. Retrieved from <https://themodernist.in.th/podcasts-an-interesting-tool-for-creating-a-memorable-brand/>.