

บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในสังคมไทย :

มุมมองเชิงทฤษฎีและอุบัติการณ์เชิงประจักษ์

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AND POLITICAL NEWS PERCEPTION IN THAI SOCIETY : THEORETICAL PERSPECTIVES AND EMPIRICAL EVIDENCES

จักรีวัฒน์ วิเศษสัตย์

Jakgreewat Visassat

มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตล้านช้าง

MahamakutBuddhist University Srilanchang Campus

Email: jakgreewat.vis@student.mbu.ac.th



วันที่รับบทความ: 2 พฤษภาคม 2569; วันที่แก้ไขบทความ: 25 พฤษภาคม 2569; วันที่ตอบรับบทความ: 26 พฤษภาคม 2569

Received: May 2, 2026; Revised: May 25, 2026; Accepted: May 26, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บทบาทและอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองของพลเมืองในสังคมไทย โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมเชิงทฤษฎี ร่วมกับการวิเคราะห์อุบัติการณ์เชิงประจักษ์จากสถานการณ์การเมืองไทยร่วมสมัย ผลการศึกษาพบว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้เปลี่ยนผ่านโครงสร้างการสื่อสารทางการเมืองจากแบบรวมศูนย์ไปสู่เครือข่ายไร้ศูนย์กลาง ซึ่งช่วยหลายการผูกขาดข้อมูลข่าวสารและสร้างพลังการมีส่วนร่วมทางการเมืองจากล่างขึ้นบน อย่างไรก็ตาม

ในเชิงประจักษ์พบว่าการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์เผชิญกับความท้าทายสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) อัลกอริทึมที่สร้างปรากฏการณ์ห้องแห่งเสียงสะท้อน (Echo Chamber) ซึ่งตอกย้ำความเชื่อเดิมและเพิ่มความแตกแยกทางความคิด 2) การแพร่ระบาดของข่าวปลอม (Fake News) และการปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร (IO) ที่บิดเบือนข้อเท็จจริง และ 3) ภาวะความแตกแยกสุดขั้ว (Polarization) ที่ส่งผลต่อเสถียรภาพของระบอบประชาธิปไตย บทความสรุปว่าแม้สื่อสังคมออนไลน์จะเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมเสรีภาพ แต่หากขาดการรู้เท่าทันสื่อและการกำกับดูแลที่เหมาะสม อาจกลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการเมืองไทยในระยะยาว

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์, การรับรู้ข่าวสารทางการเมือง, การเมืองไทย, ข่าวปลอม, ห้องแห่งเสียงสะท้อน

Abstract

This academic article aims to analyze the role and influence of social media on political news perception among citizens in Thai society. By integrating theoretical frameworks with the analysis of contemporary Thai political empirical evidence, the study finds that social media has transformed the structure of political communication from a centralized model to a decentralized network. This shift has dismantled information monopolies and empowered bottom-up political participation. However,

empirical findings indicate that online news perception faces three critical challenges: 1) algorithms that create the Echo Chamber phenomenon, reinforcing existing beliefs and deepening ideological divides; 2) the proliferation of Fake News and Information Operations (IO) that distort facts; and 3) Affective Polarization, which threatens the stability of the democratic system. The article concludes that while social media serves as a tool for promoting freedom, the lack of media literacy and appropriate governance could pose a long-term obstacle to the development of Thai politics.

Keywords: Social Media, Political News Perception, Thai Politics, Fake News, Echo Chamber

บทนำ

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมา สังคมไทยได้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงระลอกใหญ่ในมิติของการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication) จากการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ก้าวขึ้นมาเป็น "พื้นที่สาธารณะทางเลือก" ที่ทรงอิทธิพลเหนือสื่อกระแสหลักเดิม จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปีล่าสุด พบว่าคนไทยใช้เวลาบนสื่อสังคมออนไลน์เฉลี่ยมากกว่า 7 ชั่วโมงต่อวัน โดยแพลตฟอร์มอย่าง Facebook, TikTok และ X (Twitter) กลายเป็นช่องทางหลักในการรับรู้ข่าวสารและแสดงออกทางการเมือง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2566) ปรากฏการณ์นี้ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของการเปลี่ยนช่องทางสื่อสาร แต่เป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การรับรู้และนิเวศทางการเมืองของพลเมืองไทยไปอย่างสิ้นเชิง

การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในสังคมไทยแต่เดิมถูกกำกับโดยกลไก "ผู้เฝ้าประตู" (Gatekeepers) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสื่อมวลชนกระแสหลักที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐหรือกลุ่มทุนขนาดใหญ่ (พิรงรอง รามสูต, 2557) ทำให้ข้อมูลข่าวสารมีลักษณะกระจุกตัวและถูกคัดกรองตามกรอบความคิดของชนชั้นนำ อย่างไรก็ตาม การอุบัติขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ได้ทำให้เกิดสถานะ "ประชาธิปไตยของข้อมูล" (Democratization of Information) ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปสามารถผลิตเนื้อหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางการเมืองได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง สถานะเช่นนี้ทำให้อำนาจในการกำหนดวาระทางสังคม (Agenda-setting) หลุดมือจากรัฐไปสู่มือของพลเมืองชาวเน็ต หรือที่นักวิชาการบางท่านเรียกว่า "อำนาจของปลายนิ้ว" ซึ่งสะท้อนผ่านการเกิดขึ้นของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมและกระแสวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลในโลกออนไลน์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา (ประจักษ์ ก้องกีรติ, 2564)

อุบัติการณ์เชิงประจักษ์ที่สำคัญอย่างการเลือกตั้งทั่วไปในปี พ.ศ. 2562 และ 2566 เป็นข้อพิสูจน์ที่ชัดเจนว่า สื่อสังคมออนไลน์มีผลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และตัดสินใจทางการเมืองของคนไทย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ (Digital Natives) ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี การรับรู้ข่าวสารผ่านการ "ไถฟีด" (Scrolling) และการกดแชร์ข้อมูล ได้สร้างอัตลักษณ์ทางการเมืองแบบใหม่ที่รวดเร็วและพร้อมเคลื่อนไหว (กนก รัตน์ เลิศชูสกุล, 2566) อย่างไรก็ตาม เหยี่ยวย่อมมีสองด้านเสมอ เมื่อพื้นที่เสรีนี้ถูกรบกวนด้วยปรากฏการณ์เชิงลบ อาทิ การแพร่ระบาดของข่าวปลอม (Fake News) การปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร (Information Operations: IO) เพื่อทำลายคู่แข่งทางการเมือง ตลอดจนอัลกอริทึมที่คัดกรองเฉพาะข้อมูลที่ผู้ใช้ชื่นชอบ จนกลายเป็น "ห้องแห่งเสียงสะท้อน" (Echo Chamber) ที่ตอกย้ำความเชื่อเดิมและเพิ่มความแตกแยกทางความคิด (Polarization) ให้ทวีตขึ้นในสังคมไทย (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2562)

บทความวิชาการฉบับนี้จึงมุ่งวิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในสังคมไทย โดยเริ่มจากการสำรวจกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อวางรากฐานความเข้าใจ จากนั้นจะวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นจริงในบริบทการเมืองไทย เพื่อชี้ให้เห็นถึงความท้าทายและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อระบอบประชาธิปไตย โดยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความนี้จะช่วยสร้างความเข้าใจที่ลุ่มลึกเกี่ยวกับพลวัตของสื่อและการเมืองไทยในยุคปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์สังคมที่รู้เท่าทันสื่อและสามารถใช้พื้นที่ดิจิทัลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม

บทเนื้อหา

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทำความเข้าใจบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในการเมืองไทย จำเป็นต้องพิจารณาผ่านกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมทั้งตัวสาร ช่องทางสื่อสาร และกระบวนการทางจิตวิทยาของผู้รับสาร ดังนี้

1.1 ความหมายและขอบเขตของสื่อสังคมออนไลน์ทางการเมือง

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในทางวิชาการนิเทศศาสตร์ไทย หมายถึง แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เน้นการสร้างเนื้อหาโดยผู้ใช้ (User-Generated Content: UGC) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) ซึ่งแตกต่างจากสื่อดั้งเดิมที่เน้นการสื่อสารทางเดียว (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2562) ในบริบทของการเมือง สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแค่ "ช่องทาง" (Channel) แต่ทำหน้าที่เป็น "พื้นที่ทางการเมือง" (Political Space) ที่พลเมืองใช้ในการแสวงหาข้อมูล ตรวจสอบอำนาจรัฐ และสร้างอัตลักษณ์ทางการเมืองร่วมกัน

การรับรู้ข่าวสารทางการเมือง (Political News Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลรับข้อมูล (Sensation) เกี่ยวกับเหตุการณ์ นโยบาย หรือตัวแสดงทางการเมือง แล้วนำข้อมูลนั้นมาตีความ (Interpretation) ผ่านกรอบประสบการณ์และค่านิยมของตนเอง (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2561) การรับรู้ในโลกออนไลน์จึงมีความสลับซับซ้อนกว่าโลกออฟไลน์ เนื่องจากมีปัจจัยด้าน "ความเร็ว" และ "ปริมาณ" ของข้อมูลมหาศาล

1.2 ทฤษฎีการกำหนดวาระทางสังคม (Agenda-Setting Theory)

ทฤษฎีคลาสสิกของ McCombs และ Shaw (1972) อธิบายว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลในการกำหนดว่า "เรื่องใดสำคัญ" ในใจของผู้คน อย่างไรก็ตาม ในบริบทไทยปัจจุบัน พิงรอร งามสุต (2557) ชี้ให้เห็นว่าอำนาจการกำหนดวาระได้เปลี่ยนมือจากกองบรรณาธิการข่าวไปสู่ "เครือข่ายผู้ใช้สื่อ"

ปรากฏการณ์ "แฮชแท็ก (#)" ใน X (Twitter) หรือ Facebook เป็นตัวอย่างเชิงประจักษ์ของการกำหนดวาระจากล่างขึ้นบน (Bottom-up Agenda Setting) เมื่อประเด็นใดประเด็นหนึ่งถูกพูดถึงอย่างกว้างขวางในโลกออนไลน์ สื่อกระแสหลักจะนำประเด็นนั้นไปรายงานต่อ ส่งผลให้เรื่องดังกล่าวกลายเป็นวาระแห่งชาติที่รัฐบาลไม่สามารถเพิกเฉยได้

1.3 ทฤษฎีพื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Digital Public Sphere)

Jürgen Habermas (1989) เคยเสนอแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะที่เป็นอิสระจากการครอบงำของรัฐเพื่อการถกเถียงด้วยเหตุผล สำหรับสังคมไทย ประจักษ์ ก้องกีรติ (2564) วิเคราะห์ว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้ทำหน้าที่เป็น "พื้นที่สาธารณะจำลอง" ในสถานะที่เสรีภาพในสื่อกระแสหลักถูกจำกัด

พื้นที่นี้เปิดโอกาสให้กลุ่มคนที่มีแนวคิดต่างกัน หรือกลุ่มที่เคยถูกเบียดขับให้เป็นคนชายขอบทางการเมือง ได้มีโอกาสส่งเสียง (Voice) ของตนเอง อย่างไรก็ตาม พื้นที่สาธารณะดิจิทัลของไทยก็เผชิญกับปัญหาการกลั่นแกล้งกันบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) และการล่าแม่มด ซึ่งทำให้บรรยากาศการใช้เหตุผล

(Rationality) มักถูกแทนที่ด้วยอารมณ์ความรู้สึก

1.4 ทฤษฎีผู้เฝ้าประตูและการล่มสลายของตัวกลาง (Gatekeeping and Disintermediation)

ในอดีต บรรณาธิการข่าวคือ "ผู้เฝ้าประตู" (Gatekeeper) ที่คัดกรองว่าข่าวใดควรถึงมือประชาชน แต่ในยุคสื่อสังคมออนไลน์ กระบวนการนี้ล่มสลายลง (Disintermediation) ข้อมูลไหลตรงจากนักการเมืองหรือผู้เห็นเหตุการณ์สู่ประชาชนโดยตรง (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิช, 2564)

สิ่งที่เกิดขึ้นในไทยคือการอุบัติขึ้นของ "อินฟลูเอนเซอร์ทางการเมือง" (Political Influencers) หรือเพจข่าวทางเลือก ที่ทำหน้าที่เป็นผู้คัดกรองข่าวชุดใหม่แทนสื่อหลัก คนไทยมีแนวโน้มที่จะเชื่อถือข้อมูลจากบุคคลที่ตนเองติดตาม (Follow) มากกว่าสถาบันข่าวที่เป็นทางการ นำไปสู่การรับรู้ข่าวสารที่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคลเป็นหลัก

1.5 ทฤษฎีการแสวงหาประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีนี้เน้นว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อตามความต้องการของตนเอง งานวิจัยของนักวิชาการไทยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่า คนไทยใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ "การมีส่วนร่วมทางสังคม" และ "การแสดงออกซึ่งตัวตน" มากกว่าเพียงแค่การหาความรู้ (มรยาท อัครจันทโชติ, 2562)

ในการเมืองไทย การแชร์ข่าวสารไม่ได้ทำเพื่อส่งต่อข้อมูลเสมอไป แต่ทำเพื่อประกาศ "จุดยืน" (Stance) ของตนเองให้เพื่อนในเครือข่ายรับรู้ การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองจึงผูกติดกับอารมณ์ความรู้สึกและความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Social Belonging) อย่างเหนียวแน่น

2. บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง

ในบริบทสังคมไทย สื่อสังคมออนไลน์ได้เปลี่ยนสถานะจากเครื่องมือสื่อสารเสริม กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานหลัก (Infrastructure) ของการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง โดยมีบทบาทสำคัญในมิติต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การทลายผูกขาดข้อมูลข่าวสารและการสร้างวาระข่าวสารโดยพลเมือง

บทบาทที่เด่นชัดที่สุดของสื่อสังคมออนไลน์ในไทยคือการทำหน้าที่เป็น "สื่อทางเลือก" (Alternative Media) ที่ทรงพลัง ในสถานะที่สื่อกระแสหลักเผชิญกับข้อจำกัดด้านกฎหมายหรือการเซ็นเซอร์ตัวเอง สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นพื้นที่ที่ข้อมูล "ชุดความจริงชุดอื่น" ถูกนำเสนอสู่สาธารณะ (ประจักษ์ ก้องกีรติ, 2564) ตัวอย่างเชิงประจักษ์ที่สำคัญคือการใช้แฮชแท็ก (#) ในแพลตฟอร์ม X เพื่อชุดคุยประเด็นที่สื่อกระแสหลักไม่กล้านำเสนอ เช่น ประเด็นการใช้อำนาจมิชอบ หรือการเรียกร้องความยุติธรรมในคดีทางสังคม ซึ่งส่งผลให้เกิดการ "กุดตันจากล่างขึ้นบน" จนสื่อกระแสหลักต้องนำประเด็นเหล่านั้นมานำเสนอต่อ นำไปสู่การรับรู้ในวงกว้าง (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2562)

2.2 การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสพข่าวสาร: จากความลึกสู่ความเร็ว (The Rise of Snackable Content)

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารของคนไทยเปลี่ยนจากอ่านบทวิเคราะห์ยาว ๆ ไปสู่การเสพ "ข่าวสารขนาดสั้น" (Snackable Content) โดยเฉพาะในแพลตฟอร์ม TikTok และ Facebook Reels ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจทางการเมือง รายงานของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2566) ระบุว่าคนไทยหันมาบริโภคเนื้อหาวิดีโอสั้นมากขึ้น

ปรากฏการณ์นี้ทำให้การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองมีลักษณะเป็น "อารมณ์ความรู้สึก" (Emotional-based) มากกว่า "การใช้เหตุผล" (Rational-based) ข้อมูลที่ถูกตัดทอนให้เหลือเพียง 15-60 วินาที มักจะเน้นจุดที่น่าสนใจหรือวาทะที่ดูเด็ด ซึ่งส่งผลให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้แบบผิวเผินและเสี่ยงต่อการถูกชักจูงได้ง่าย

2.3 บทบาทในการเป็นพื้นที่ทรงพลังและสร้างแบรนด์ทางการเมือง (Political Branding)

สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นสมรภูมิหลักในการ "สร้างภาพจำ" ให้กับนักการเมืองและพรรคการเมือง ในการเลือกตั้งปี พ.ศ. 2566 เราจะเห็นบทบาทของสื่อออนไลน์ที่ชัดเจนมากผ่านการทำ "Live" หรือการสื่อสารแบบเรียลไทม์ (Real-time Communication)

กนก รัตน์ เลิศชูสกุล (2566) วิเคราะห์ว่า พรรคการเมืองที่ประสบความสำเร็จในยุคนี้คือพรรคที่สามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้าง "ความรู้สึกใกล้ชิด" (Sense of Belonging) กับผู้มีสิทธิเลือกตั้ง การรับรู้ข่าวสารไม่ได้เกิดขึ้นผ่านนโยบายที่พิมพ์บนกระดาษ แต่เกิดขึ้นผ่านไลฟ์สไตล์และตัวตนของนักการเมืองที่ปรากฏบนหน้าจอมือถือตลอด 24 ชั่วโมง

2.4 อุบัติการณ์เชิงประจักษ์: การรับรู้ข่าวสารในการเลือกตั้ง พ.ศ. 2562 และ 2566

เมื่อเปรียบเทียบการเลือกตั้งทั้งสองครั้ง จะพบพลวัตที่น่าสนใจดังนี้:

การเลือกตั้ง 2562: เป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ Social Media อย่างเป็นทางการในการหาเสียง (โดยเฉพาะ Facebook และ X) เกิดการรับรู้เรื่อง "คนรุ่นใหม่" กับ "อนาคตใหม่" ซึ่งเปลี่ยนภาพลักษณ์การเมืองไทยจากการแจกเงินเป็นการสร้างอุดมการณ์ออนไลน์ (ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์, 2562)

การเลือกตั้ง 2566: เป็นยุคของ "อัลกอริทึม" และ "TikTok" ข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า อิทธิพลของ TikTok สามารถเปลี่ยนกระแสรับรู้ของคนในระดับพื้นที่ (Micro-targeting) ได้อย่างมีนัยสำคัญ ปรากฏการณ์ "พรรคส้ม" ที่กวาดคะแนนถล่มทลายในเขตเมืองและชนบท เป็นผลมาจากการรับรู้ข่าวสารที่ไหลเวียนอยู่ในสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงทุกเพศทุกวัย ไม่ใช่เพียงคนรุ่นใหม่เท่านั้น

2.4.1 ปรากฏการณ์ "TikTok การเมือง" กับการเลือกตั้ง 2566 ในการเลือกตั้งทั่วไปปี พ.ศ. 2566 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ได้ก้าวข้ามจาก Facebook ไปสู่ TikTok อย่างเต็มรูปแบบ ข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า อัลกอริทึมแบบ "For You Page" (FYP) ของ TikTok มีผลอย่างมากต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งแรก (First-time Voters) พรรคการเมืองที่ประสบความสำเร็จสามารถเปลี่ยนนโยบายที่

ซับซ้อนให้กลายเป็น "คอนเทนต์ย่อยง่าย" (Micro-content) เช่น การสรุปนโยบายสวัสดิการภายใน 60 วินาที หรือการใช้เพลงที่เป็นกระแสประกอบการลงพื้นที่ สิ่งนี้ส่งผลให้เกิดการรับรู้ในวงกว้างอย่างรวดเร็ว (Viral Marketing) ซึ่งงานวิจัยของ กนก รัตน์ เลิศชูสกุล (2566) ระบุว่านี่คือการทลายกำแพงการรับรู้ระหว่างคนเมืองและคนในชนบท ทำให้กระแสการเมืองออนไลน์ไหลเข้าสู่พื้นที่จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.5 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการเคลื่อนไหวทางการเมือง (Digital Activism)

สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้หยุดอยู่แค่การทำให้คน "รู้" แต่ยังทำให้คน "รวมกลุ่ม" ข้อมูลทางการเมืองที่ได้รับกระตุ้นให้เกิดการเคลื่อนไหวจริงในโลกออฟไลน์ เช่น การนัดหมายชุมนุมผ่านแอปพลิเคชัน Telegram หรือ X ในช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Passive) ไปสู่การเป็นผู้กระทำการทางการเมือง (Active Citizen) (ประจักษ์ ก้องกีรติ, 2564)

2.5.1 การเคลื่อนไหวของพลเมืองดิจิทัล (Digital Activism) และ "กลุ่มราษฎร"

บทบาทเชิงประจักษ์ที่สำคัญอีกประการคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการระดมพล (Mobilization) ช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 พบว่ามีการใช้ฟีเจอร์ "Spaces" ใน X (Twitter) และการสร้างกลุ่มปิดใน Facebook เพื่ออภิปรายประเด็นทางโครงสร้างที่ละเอียดอ่อน การรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้ไม่ได้เป็นเพียงการรับข้อมูล แต่เป็นการ "สร้างวาทกรรมชุดใหม่" ที่ท้าทายความเชื่อเดิมของสังคม การใช้แฮชแท็กเพื่อรวบรวมพยานหลักฐานหรือการทำ "Crowdsourcing" เพื่อตรวจสอบความโปร่งใสของรัฐ เป็นบทบาทใหม่ที่สื่อสังคมออนไลน์มอบให้แก่พลเมืองไทย

3. ปัญหาและความท้าทายในการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองออนไลน์

แม้สื่อสังคมออนไลน์จะสร้างโอกาสในการเข้าถึงข้อมูล แต่ในบริบทการเมืองไทยกลับพบว่ามักมีกลไกบางประการที่ขัดขวางการรับรู้ข่าวสารที่ถูกต้องและรอบด้าน นำไปสู่ปัญหาเชิงโครงสร้างทางความคิดที่ซับซ้อน ดังนี้

3.1 ปรากฏการณ์ห้องแห่งเสียงสะท้อน (Echo Chamber) และตัวกรองข้อมูลล่องหน (Filter Bubble)

ปัญหาพื้นฐานที่รุนแรงที่สุดในสังคมไทยคือการที่ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์มักจะรับรู้ข้อมูลที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตนเอง อัลกอริทึมของแพลตฟอร์มถูกออกแบบมาเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่ผู้ใช้มีแนวโน้มจะ "กดไลก์" หรือ "แชร์" (วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2561)

สมเกียรติ ตั้งกิจวานิช (2564) อธิบายว่า สิ่งนี้ทำให้เกิด "กรงขังทางความคิด" คนไทยในฝ่ายการเมืองต่าง ๆ มักจะอยู่ในโลกเสมือนที่รับรู้ความจริงคนละชุด ข้อมูลที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตนจะถูกคัดออกหรือถูกตราหน้าว่าเป็น "ข้อมูลเท็จ" โดยอัตโนมัติ สภาวะเช่นนี้ทำให้การสื่อสารทางการเมืองขาด "พื้นที่ตรงกลาง"

(Common Ground) และทำให้การเจรจาด้วยเหตุผลตามหลักประชาธิปไตยเกิดขึ้นได้ยาก

3.2 ข่าวปลอม (Fake News) และการบิดเบือนข้อมูลข่าวสาร (Disinformation) ในประเทศไทย
 ข่าวปลอมไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่บ่อยครั้งมีลักษณะเป็น "ข่าวปลอมที่มีจุดประสงค์ทางการเมือง" (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2562) ข้อมูลเชิงประจักษ์ในช่วงการเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 พบว่ามีการผลิตเนื้อหาบิดเบือนเพื่อทำลายความน่าเชื่อถือของตัวบุคคลหรือพรรคการเมืองอย่างเป็นระบบ

กลไกที่น่ากังวลคือการเปลี่ยนจากการใช้ข้อความยาว ๆ มาเป็นการใช้ "ภาพอินโฟกราฟิกพร้อมข้อความสั้น" หรือ "คลิปวิดีโอที่ตัดต่อบางส่วน" เพื่อสร้างความเข้าใจผิด ความท้าทายที่สำคัญคือความเร็วในการแพร่กระจายของข่าวปลอมนั้นสูงกว่าการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Fact-checking) หลายเท่าตัว ทำให้คนไทยจำนวนมากได้รับรู้ข้อมูลที่ผิดไปก่อนที่ความจริงจะถูกเปิดเผย

3.2.1 กลไกการทำงานของข่าวปลอมในบริบทความเชื่อไทย ข่าวปลอมในสังคมไทยมักถูกออกแบบโดยอาศัย "ความกลัว" และ "ความเลื่อมใส" เป็นพื้นฐาน (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2562) ขยายความได้ว่า การแพร่กระจายของข่าวปลอมทางการเมืองมักมาในรูปแบบของ "ภาพตัดต่อ" ที่ใส่คำพูด (Quote) ที่ผู้มีชื่อเสียงไม่ได้พูดจริง โดยเน้นการแชร์ในกลุ่มแอปพลิเคชัน Line ซึ่งเป็นพื้นที่ปิดที่ยากต่อการตรวจสอบจากภายนอก (Dark Social)

3.3 การปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร (Information Operations: IO)

หนึ่งในความท้าทายที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยคือการใช้ "ไอโอ" หรือการปฏิบัติการจิตวิทยาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อชักนำความคิดเห็นสาธารณะ ประจักษ์ ก้องกีรติ (2564) ชี้ให้เห็นว่ามีการใช้บัญชีปลอม (Avatar) หรือ "อวตาร" เข้ามาสร้างกระแสสนับสนุนหรือโจมตีฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในช่องแสดงความคิดเห็น (Comments)

การปฏิบัติการลักษณะนี้ส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชนในลักษณะที่เรียกว่า "การสร้างฉันทมติเทียม" (Manufactured Consent) ทำให้ผู้รับสารทั่วไปรู้สึกวุ่นวาย ประเด็นนั้น ๆ มีคนเห็นด้วยหรือคัดค้านเป็นจำนวนมาก นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแสดงออกเพื่อหลีกเลี่ยงการเป็นคนกลุ่มน้อย (The Spiral of Silence)

3.3.1 ปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร (IO) และเครือข่ายบัญชีอวตาร จากการขุดคุ้ยข้อมูลของนักวิชาการและสื่อทางเลือก พบว่ามีการใช้ "บอท" (Bot) และ "บัญชีอวตาร" (Avatar Accounts) เพื่อปั่นกระแส (Astroturfing) เพื่อให้ดูเหมือนว่ามีความคิดเห็นส่วนใหญ่สนับสนุนนโยบายใดนโยบายหนึ่ง กลวิธีนี้ขัดขวางการรับรู้ความจริงของประชาชน เพราะทำให้เกิดภาวะ "หลงเชื่อตามกลุ่ม" (Bandwagon Effect) ประชาชนจะเริ่มลังเลในข้อมูลที่ตนเองมีเมื่อเห็นความเห็นจำนวนมากไหลไปในทิศทางตรงกันข้าม

3.4 ความแตกแยกทางความคิดสุดขั้ว (Polarization)

เมื่อการรับรู้ข่าวสารถูกบีบให้แคบลงผ่าน Echo Chamber และถูกกระตุ้นด้วยข่าวปลอม ผลลัพธ์ที่ตามมาคือความแตกแยกทางความคิดในระดับที่ยากจะประสาน พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล (2562) วิเคราะห์ว่า สื่อสังคมออนไลน์ในไทยได้เปลี่ยนความเห็นต่างทางการเมืองให้กลายเป็นความเกลียดชังส่วนบุคคล (Affective Polarization)

การรับรู้ข่าวสารไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การตรวจสอบนโยบาย แต่เป็นการหาจุดอ่อนเพื่อโจมตีฝ่ายตรงข้าม สิ่งนี้ทำให้สังคมไทยเกิดภาวะ "แบ่งข้างเลือกขั้ว" อย่างรุนแรง ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการเมืองที่ยั่งยืน

3.5 ความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงและการรู้เท่าทันสื่อ (Digital Divide and Media Literacy)

แม้การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตจะสูงขึ้น แต่ "ความสามารถในการวิเคราะห์" ยังคงมีความเหลื่อมล้ำ มรรยาท อัครจันทโชติ (2562) ระบุว่าผู้รับสารชาวไทยบางกลุ่ม โดยเฉพาะผู้สูงอายุหรือผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล อาจมีทักษะในการตรวจสอบที่มาของข้อมูล (Source Criticism) น้อยกว่าคนรุ่นใหม่ ส่งผลให้กลุ่มนี้กลายเป็นเป้าหมายหลักของการเผยแพร่ข่าวปลอมและการครอบงำทางความคิด

4. ผลกระทบต่อระบอบประชาธิปไตยในสังคมไทย

การขยายตัวของสื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้เป็นเพียงความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี แต่เป็นปัจจัยที่เข้ามาสั่นคลอนรากฐานของระบอบประชาธิปไตยไทยอย่างมีนัยสำคัญ ความสัมพันธ์ระหว่าง "การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร" และ "คุณภาพของระบอบประชาธิปไตย" ในปัจจุบันได้ก่อให้เกิดผลกระทบที่ซับซ้อนและย้อนแย้งดังนี้

4.1 วิฤตการณ์พื้นที่สาธารณะและการเสื่อมถอยของประชาธิปไตยแบบปรึกษาหารือ

หลักการสำคัญของระบอบประชาธิปไตยตามแนวคิดของ Habermas (1989) คือการมี "พื้นที่สาธารณะ" ที่พลเมืองสามารถถกเถียงด้วยเหตุผลเพื่อหาข้อสรุปที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม แต่ในสังคมไทย สื่อสังคมออนไลน์กลับทำหน้าที่ในทางตรงกันข้าม ปรากฏการณ์ Echo Chamber ได้จำกัดขอบเขตความคิดเห็น ทำให้พลเมืองแต่ละกลุ่ม "ไม่ได้ยิน" เสียงของฝ่ายตรงข้าม ส่งผลให้การถกเถียงด้วยเหตุผล (Deliberative Democracy) กลายเป็นเรื่องยากและนำไปสู่การเผชิญหน้ามากกว่าการประนีประนอม (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2562)

4.2 การเมืองแบบประชานิยมดิจิทัลและกระแสความนิยมที่เปราะบาง

สื่อสังคมออนไลน์ได้เปิดช่องทางให้กลุ่มการเมืองใช้ "การเมืองแบบประชานิยมดิจิทัล" (Digital

Populism) เข้าถึงฐานเสียงได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านสถาบันทางการเมืองรูปแบบเดิม กระบวนการนี้ทำให้เกิดการสร้างค่านิยมที่รวดเร็วและรุนแรง แต่ในขณะเดียวกันก็มีความเปราะบางสูง (กนก รัตน์ เลิศชูสกุล, 2566) เมื่อนักการเมืองสื่อสารโดยตรงกับมวลชนผ่านการสร้างอารมณ์ร่วม (Emotional Mobilization) สถาบันทางประชาธิปไตยอื่น ๆ เช่น พรรคการเมืองในฐานะสถาบัน หรือกระบวนการตรวจสอบโดยรัฐสภา กลับถูกลดความสำคัญลง ทำให้การเมืองไทยกลายเป็นระบบที่ขับเคลื่อนด้วยกระแสความนิยม (Cult of Personality) มากกว่าหลักการหรือนโยบายที่ตรวจสอบได้

4.3 ภาวะเผด็จการดิจิทัลและนิติสงคราม (Digital Authoritarianism and Lawfare)

ในทางกลับกัน รัฐบาลหรือกลุ่มอำนาจนิยมได้ปรับตัวสู่ "เผด็จการดิจิทัล" โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสอดส่องและควบคุมเสรีภาพ พลเมืองไทยต้องเผชิญกับสิ่งที่นักวิชาการเรียกว่า "นิติสงคราม" (Lawfare) ผ่านการบังคับใช้กฎหมายที่คลุมเครือ เช่น พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ หรือกฎหมายหมิ่นประมาท เพื่อปิดปากผู้เห็นต่าง (สมเกียรติ ตั้งกิจวานิช, 2564) ผลกระทบที่ร้ายแรงที่สุดคือการสร้าง "สภาวะการเซ็นเซอร์ตัวเอง" (Self-censorship) ในหมู่ประชาชน ซึ่งเป็นการบั่นทอนเสรีภาพขั้นพื้นฐานที่เป็นหัวใจสำคัญของประชาธิปไตย

4.3.1 นิติสงครามและการควบคุมการรับรู้ (Lawfare) ความท้าทายที่สำคัญในสังคมไทยคือการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือ (Weaponization of Law) เพื่อควบคุมนิเวศการรับรู้ข่าวสาร การตีความ "ข้อมูลคอมพิวเตอร์อันเป็นเท็จ" ตาม พ.ร.บ.คอมพิวเตอร์ ที่กว้างขวางเกินไป ส่งผลให้สื่อมวลชนและพลเมืองเกิดความหวาดกลัวในการนำเสนอความจริง (Chilling Effect) การรับรู้ข่าวสารของคนไทยจึงตกอยู่ในสภาวะ "กึ่งปิดกึ่งเปิด" คือรับรู้ความจริงได้บางส่วนแต่ไม่สามารถวิพากษ์วิจารณ์ได้ทั้งหมด

4.4 การสั่นคลอนความเชื่อมั่นต่อสถาบันทางการเมือง (Crisis of Institutional Trust)

ผลกระทบที่ต่อเนื่องจากการแพร่กระจายของข่าวปลอมและ IO คือการที่ประชาชนเกิดความระแวงต่อสถาบันหลักของรัฐ เช่น คณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) กระบวนการยุติธรรม หรือแม้แต่สื่อกระแสหลัก ประจักษ์ ก้องกีรติ (2564) ชี้ให้เห็นว่าเมื่อประชาชนไม่สามารถแยกแยะ "ความจริง" ออกจาก "การบิดเบือน" ได้ ความเชื่อมั่นต่อสถาบันที่มีหน้าที่รักษากติกาประชาธิปไตยจะพังทลายลง เมื่อความเชื่อมั่นหมดไป ประชาชนจึงมักหันไปใช้วิธีการเคลื่อนไหวบนท้องถนนหรือการใช้สื่อออนไลน์โจมตีกันเอง ซึ่งทำให้เสถียรภาพของระบอบประชาธิปไตยไทยสั่นคลอนอย่างต่อเนื่อง

4.5 ความย้อนแย้งของการสร้างพลังพลเมือง (The Paradox of Empowerment)

แม้สื่อสังคมออนไลน์จะสร้างพลังให้คนรุ่นใหม่เกิดความตื่นตัวทางการเมือง แต่การรับรู้ข่าวสารที่

เกิดขึ้นอย่างฉาบฉวยและเป็นกลุ่มก้อน (Segmented) ทำให้พลังในการเปลี่ยนแปลงนั้นขาดความต่อเนื่องและยากที่จะสร้าง "ฉันทามติ" (Consensus) ระหว่างคนต่างวัยหรือต่างอุดมการณ์ ผลกระทบที่เห็นชัดคือสังคมไทยเกิดภาวะ "ประชาธิปไตยที่แตกแยก" (Fragmented Democracy) ที่ยากจะก้าวข้ามผ่านความขัดแย้งเดิม ๆ ไปสู่การวางรากฐานประชาธิปไตยใหม่ที่เข้มแข็งได้

บทสรุป

จากการวิเคราะห์บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์กับการรับรู้ข่าวสารทางการเมืองในสังคมไทย ทั้งในเชิงทฤษฎีและอุบัติการณ์เชิงประจักษ์ สามารถสรุปได้ว่า สื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นโครงสร้างส่วนบนที่กำหนดทิศทางของระบอบประชาธิปไตยไทยในปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในแง่หนึ่ง สื่อเหล่านี้ได้ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือ "ปลดปล่อย" (Empowerment) ที่หลายการผูกขาดข้อมูลข่าวสารของรัฐและกลุ่มทุน เปิดพื้นที่ให้พลเมืองเข้าถึงวาระทางการเมืองที่หลากหลาย และกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัวทางการเมืองอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่า สภาพแวดล้อมดิจิทัลของไทยในปัจจุบันกำลังเผชิญกับภาวะย้อนแย้ง (Paradox) แม้ข้อมูลจะไหลเวียนอย่างเสรี แต่คุณภาพของการรับรู้กลับถูกจำกัดด้วยอัลกอริทึมที่สร้าง "ห้องแห่งเสียงสะท้อน" (Echo Chamber) จนนำไปสู่ความแตกแยกทางความคิดสุดขั้ว (Polarization) นอกจากนี้ ภัยคุกคามจากการบิดเบือนข้อมูลอย่างเป็นระบบ (IO) และการแพร่ระบาดของข่าวปลอม (Fake News) ยังบั่นทอนความสามารถในการใช้เหตุผลของพลเมือง และลดทอนความเชื่อมั่นที่มีต่อสถาบันทางการเมืองหลัก ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของระบอบประชาธิปไตย บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการเมืองไทยในอนาคตจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 3 ประการ:

1. **การกำกับดูแลที่สมดุล:** รัฐต้องมีมาตรการจัดการข้อมูลบิดเบือนโดยไม่ละเมิดเสรีภาพในการแสดงออก และเปลี่ยนบทบาทจากการเป็น "ผู้ควบคุม" มาเป็น "ผู้สร้างกติกาที่ยืดหยุ่น"
2. **ความรับผิดชอบของแพลตฟอร์ม:** ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์ต้องปรับปรุงอัลกอริทึมเพื่อลดการสร้างขั้วทางความคิด และเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบข้อเท็จจริงในบริบทภาษาไทย
3. **การสร้างพลเมืองดิจิทัลที่รู้เท่าทัน (Digital Literacy):** การศึกษาต้องมุ่งเน้นการสร้างทักษะในการวิเคราะห์และตรวจสอบที่มาของข้อมูล (Source Criticism) เพื่อให้พลเมืองไทยสามารถใช้อำนาจในมือผ่านสื่อออนไลน์ในการตรวจสอบรัฐและสร้างสรรค์บทสนทนาที่มีคุณภาพ

โดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์เปรียบเสมือนดาบสองคมสำหรับการเมืองไทย หากสังคมไทยสามารถปรับตัวและสร้างภูมิคุ้มกันในการรับรู้ข่าวสารได้อย่างมีคุณภาพ สื่อเหล่านี้จะกลายเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนประชาธิปไตยให้เติบโตอย่างยั่งยืน แต่หากเราละเลยต่อปัญหาเชิงโครงสร้างที่แฝงมากับเทคโนโลยี

สื่อสังคมออนไลน์อาจกลายเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ความถดถอยทางการเมืองและความขัดแย้งที่ยากจะเยียวยาในอนาคต

อ้างอิง

- กนก รัตน์ เลิศชูสกุล. (2566). สงครามคนรุ่นใหม่: จากท้องถนนสู่คุหาเลือกตั้ง. สำนักพิมพ์มติชน.
- ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์. (2562). การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการเลือกตั้งทั่วไป 2562. วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประจักษ์ ก้องกีรติ. (2564). การเมืองไทยในยุคเปลี่ยนผ่าน: ความหวังและการต่อสู้ในโลกดิจิทัล. สำนักพิมพ์ฟ้าเดียวกัน.
- พิจิตร ศุภสวัสดิ์กุล. (2562). การกำกับดูแลสื่อออนไลน์และข่าวปลอมในสังคมไทย. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิรงรอง รามสูต. (2557). สื่อมวลชนกับนโยบายสาธารณะในประเทศไทย. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มรยาท อัครจันทโชติ. (2562). การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล: แนวคิดและแนวปฏิบัติ. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2561). Platform Politics: เมื่อแพลตฟอร์มครองโลก. สำนักพิมพ์ Bookscape.
- สมเกียรติ ตั้งกิจวานิช. (2564). การกำกับดูแลสื่อในยุคดิจิทัล: ความท้าทายและทางออก. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI).
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA). (2566). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2566. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere. MIT Press.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187.
- Pariser, E. (2011). The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You. Penguin Press.