

การศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อ
ด้วยข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์
เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง
กรณีศึกษา “ข่าวนายพิธา ล้มเจริญรัตน์
ไม่ได้สำเร็จการศึกษา
จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด”

THE STUDY ON SOCIAL MEDIA
MISINFORMATION PROPAGANDA FOR
POLITICAL GAIN CASE STUDY: “NEWS
OF MR. PITA LIMJAROENRAT DIDN'T
GRADUATE FROM HARVARD UNIVERSITY.”

ณัฐเดช ยอแซฟ¹

สาริตา อ่างทอง²

Natthadet Joseph¹

Sathita Angthong²

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กรุงเทพฯ 10240^{1 และ 2}

National Institute of Development Administration, Bangkok 10240 Thailand^{1 and 2}

Corresponding E-mail : Sathita.ang@gmail.com

Received Date August 30, 2024
Revised Date October 23, 2025
Accepted Date October 24, 2025

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง โดยมีกรณีศึกษาจากข่าว “นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด” เป็นการศึกษาเอกสารและวิเคราะห์หน่วยข้อมูลจำนวน 18 ชิ้น ที่เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในช่วงการเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 ผลการศึกษาพบว่า การโฆษณาชวนเชื่อผ่านข้อมูลเท็จในสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำให้เกิดผลประโยชน์ทางการเมืองได้ โดยใช้กลยุทธ์การผสมผสานข้อมูลจริงบางส่วนเข้ากับข้อมูลเท็จเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และอาศัยอคติยืนยันความเชื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มจะเชื่อข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนเอง นอกจากนี้ กลไกอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มดิจิทัลยังช่วยขยายการเข้าถึงข้อมูลเท็จเหล่านี้ไปสู่ผู้ใช้ในวงกว้าง ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเข้าใจของประชาชน ความน่าเชื่อถือของบุคคลสาธารณะ และการสร้างฉันทามติทางการเมืองในสังคมไทย จึงสรุปได้ว่า การเผยแพร่ข้อมูลเท็จผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้โดยง่าย จึงควรเน้นย้ำถึงความสำคัญของการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อแก่ประชาชน รวมถึงการพัฒนามาตรการตรวจสอบข้อเท็จจริงและความร่วมมือระหว่างภาครัฐและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อสร้างความโปร่งใสและลดผลกระทบจากข้อมูลเท็จเพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง

คำสำคัญ: สื่อสังคมออนไลน์ การโฆษณาชวนเชื่อ ข้อมูลเท็จ ผลประโยชน์ทางการเมือง

Abstract

This article examines the use of disinformation propaganda on social media to serve political interests, using the case study of the false claim that “Pita Limjaroenrat did not graduate from Harvard University.” The study analyzed 18 pieces of content disseminated on social media during Thailand’s 2023 general election. The findings revealed that disinformation campaigns on social media could easily achieve political objectives by blending partial truths with falsehoods to enhance credibility. These campaigns also exploited confirmation bias, making target audiences more likely to believe information that aligns with their pre-existing beliefs. Additionally, the algorithms of digital platforms amplified the dissemination of such disinformation to a broader audience, negatively impacting public understanding, damaging the credibility of public figures, and distorting the formation of political consensus in Thai society. The study concluded that the dissemination of disinformation on social media for political purposes could occur effortlessly. Therefore, it emphasized the need to promote media literacy among the public, develop robust fact-checking mechanisms, and foster cooperation between government agencies and digital platforms to enhance transparency and mitigate the impacts of politically motivated misinformation.

Keywords: social media, propaganda, misinformation, political gain

1. บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลและสารสนเทศมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการสร้าง ส่งผ่าน และบริโภคข้อมูลที่สามารถเก็บรักษา แก้ไข และส่งต่อข้อมูลผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์และอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบที่เรียกว่า สื่อดิจิทัล (digital media) โดยนำเสนอข้อความ เสียง กราฟิก ภาพเคลื่อนไหว ซึ่งอาศัยความทันสมัยของเทคโนโลยีมาจัดรูปแบบ แล้วสื่อสารทางออนไลน์ ส่งผลให้ประชาชนสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้จากหลากหลายช่องทางและรวดเร็วมากกว่าสื่อเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ การนำเสนอข่าวสารไปยังสื่อดิจิทัลไม่ได้ถูกจำกัดไว้สำหรับสำนักข่าวเพียงเท่านั้นแต่ประชาชนทั่วไปยังสามารถทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาและเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างอิสระผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) หรือ เอ็กซ์ (X) ที่เรียกว่า เป็นสื่อที่ผู้บริโภคสร้างขึ้น (Consumer-Generated Media หรือ CGM)

อย่างไรก็ตาม การแพร่หลายของข้อมูลในลักษณะนี้ทำให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลและข่าวสารเป็นจำนวนมากนำมาซึ่งปัญหาข้อมูลเท็จ (misinformation) และการบิดเบือนข้อมูล (disinformation) ซึ่งถูกใช้เป็นเครื่องมือสำคัญเพื่อจุดประสงค์ทางการเมือง โดยเฉพาะในรูปแบบของการโฆษณาชวนเชื่อในสื่อดิจิทัล (digital propaganda) เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจของประชาชนและการตัดสินใจในกระบวนการประชาธิปไตย ข้อมูลที่ไหลเวียนอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์จึงมีผลอย่างยิ่งต่อชีวิตและตัวตนทางการเมืองของผู้คน

จำนวนมาก หากใครหรือองค์กรใดสามารถที่จะแทรกแซงการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์เพื่อ “เป่าหู” ผู้คนได้อย่างมีประสิทธิภาพ บุคคลหรือองค์กรนั้นย่อมได้เปรียบในสนามการเมือง (สมคิด พุทธศรี, 2561)

ในระดับโลก การใช้ข้อมูลเท็จเพื่อจุดประสงค์ทางการเมืองได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง สถาบันอินเทอร์เน็ตศึกษาแห่งมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด (Oxford Internet Institute) ได้ริเริ่มโครงการ Computational Propaganda ซึ่งเป็นโครงการที่มุ่งศึกษาการแพร่กระจายข้อมูลคุณภาพต่ำและข้อมูลเท็จผ่านอัลกอริทึมและระบบคอมพิวเตอร์เพื่อหวังผลทางการเมือง โดยหนึ่งในผลการศึกษาของโครงการดังกล่าวที่ทำงานร่วมกับ Graphika, Inc. บริษัทวิเคราะห์ข้อมูลบนโซเชียลมีเดีย พบว่า สหพันธรัฐรัสเซีย (Russian Federation) พยายามแทรกแซงการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา (United States of America: USA) เมื่อ ค.ศ. 2016 (พ.ศ. 2559) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างความสับสนและความแตกแยกในหมู่ผู้มีสิทธิเลือกตั้ง และมีส่วนผลักดันให้โดนัลด์ ทรัมป์ (Donald John Trump) ชนะการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา (United States of America: USA) ใน ค.ศ. 2016 (พ.ศ. 2559) (Howard et al., 2018)

สำหรับประเทศไทย การเผยแพร่ข้อมูลเท็จในสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นปัญหาเด่นชัดในช่วงการเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 เช่น กรณีข่าวการจัดตั้งรัฐบาลลับ ที่สร้างความไม่ไว้วางใจในพรรคการเมือง และกรณีข่าวเท็จเกี่ยวกับแหล่งทุนของพรรคการเมืองที่ไม่มีหลักฐานสนับสนุนแต่ก่อให้เกิดความกังวลในหมู่ประชาชน จึงทำให้ผู้นิพนธ์มีความสนใจในบริบทของประเทศไทยช่วงการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566 เนื่องจากพบว่ามีข้อมูลทางการเมืองถูกเผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์อย่างกว้างขวาง รวมถึงข้อมูลเท็จ และการโฆษณาชวนเชื่อที่ส่งผลกระทบต่อผู้รับสารที่ขาดความรู้เท่าทันสื่อ หนึ่งในกรณีที่สะท้อนปัญหานี้ได้ชัดเจนที่สุดคือ ข่าวนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ หัวหน้าพรรคก้าวไกล ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ว่าเขาไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด แม้ว่าจะมีหลักฐานชัดเจนยืนยันสถานะศิษย์เก่าของเขา การเผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือนนี้ส่งผลให้ประชาชนบางกลุ่มเข้าใจผิดและลดความน่าเชื่อถือของเขาในฐานะผู้นำทางการเมือง และการแพร่กระจายข้อมูลบิดเบือนในลักษณะนี้ไม่เพียงสร้างความเข้าใจผิด แต่ยังส่งผลต่อการตัดสินใจของประชาชนและบั่นทอนความเชื่อมั่นในระบอบประชาธิปไตย

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง กรณีศึกษา “ข่าวนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด”

3. วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้การศึกษาจากเอกสาร (documentary study) เพื่อทำความเข้าใจกลไกของการโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จในสื่อดิจิทัล ข้อมูลที่นำมาศึกษารวบรวมจากบทความ บทสัมภาษณ์ ข่าวออนไลน์ และโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมศึกษาของนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ในช่วงหลังการเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2567

รวมทั้งสิ้น 18 ชิ้น ข้อมูลเหล่านี้ถูกคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์ที่ชัดเจนและนำมาวิเคราะห์ตามหมวดหมู่ที่กำหนดไว้ ได้แก่ ความเกี่ยวข้องของเนื้อหา ความหลากหลายของแหล่งข้อมูล ความนิยม และระยะเวลาของข้อมูล เพื่อสะท้อนข้อมูลที่เผยแพร่ในช่วงเวลาที่มีความเคลื่อนไหวทางการเมืองสูงสุดข้อมูลที่ได้รับรวบรวมมาประกอบด้วย ข่าวออนไลน์ 5 ชิ้น จากเว็บไซต์ข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ และโพสต์ในสื่อสังคมออนไลน์ 13 ชิ้น จากแพลตฟอร์ม เฟซบุ๊ก เอ็กซ์ และอินสตาแกรม (Instagram) โดยคัดเลือกจากบัญชีที่มีผู้ติดตามจำนวนมากและมีปฏิสัมพันธ์สูง มีการแสดงความคิดเห็นหรือการแชร์โพสต์เป็นจำนวนมาก

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้นิพนธ์ได้วิเคราะห์ข้อมูลตามหมวดหมู่ ได้แก่ ข้อมูลเท็จ ข้อมูลบิดเบือน ข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย (malinformation) และปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อน (echo chamber) โดยให้ความสำคัญกับเจตนาและเนื้อหาของข้อมูล รวมถึงการใช้คำ ภาพ และเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้กับวรรณกรรม เกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อ การบิดเบือนข้อมูล และการรู้เท่าทันสื่อ เพื่อสนับสนุนข้อค้นพบเชิงวิชาการ

4. ทบทวนวรรณกรรม

4.1 การโฆษณาชวนเชื่อทางสื่อดิจิทัล

การโฆษณาชวนเชื่อทางสื่อดิจิทัลเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่มีรากฐานยาวนานและเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร Ellul (1973) อธิบายว่า การโฆษณาชวนเชื่อเป็นกลไกทางสังคมที่เน้นการใช้ความหมายและสัญลักษณ์เพื่อโน้มน้าวใจผู้คน โดยเฉพาะในสังคมที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในขณะที่ Müller (2023) ชี้ว่า แม้ผู้คนจะมองความเป็นจริงที่ปรากฏว่าไม่ใช่โฆษณาชวนเชื่อ แต่ในยุคของความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม การโฆษณาชวนเชื่อได้ปรับเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยี เพื่อเปลี่ยนความคิดและความเข้าใจของผู้คนอย่างซับซ้อนขึ้น

Taveira and Nyerges (2016) กล่าวว่า การโฆษณาชวนเชื่อมีบทบาทสำคัญในระบบประชาธิปไตย โดยสามารถกระตุ้นความรู้สึกตอบแทนในประชาชน และผลักดันให้เกิดการสนับสนุนความคิดหรืออุดมการณ์บางอย่าง ตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาแสดงให้เห็นว่านักการเมืองใช้กลไกนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนประชานิยม

ด้าน Edelstein (1997) ได้ขยายความว่า การโฆษณาชวนเชื่อไม่ได้จำกัดอยู่ในพื้นที่การเมืองเท่านั้น แต่แทรกซึมในวัฒนธรรมป๊อป (pop culture) และพรมแดนของการสื่อสาร ซึ่งเชื่อมโยงอำนาจทางการเมืองและวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้การโฆษณาชวนเชื่อขยายตัวไปในระดับดิจิทัล

Bjola (2018) ชี้ว่า การโฆษณาชวนเชื่อเป็นความพยายามที่มีมาอย่างยาวนาน โดยการบิดเบือนความหมายและสัญลักษณ์เพื่อเปลี่ยนทัศนคติของประชาชน อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ได้เร่งการแพร่กระจายของโฆษณาชวนเชื่อในอัตราที่รวดเร็วและเข้าถึงผู้คนได้มากขึ้น การศึกษาของ Sparkes-Vian (2018) แสดงให้เห็นว่า กลุ่มหัวรุนแรง เช่น Britain First ใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการสร้างความเป็นปรปักษ์ต่อกลุ่มเป้าหมาย เช่น ชาวมุสลิมและผู้อพยพ การโฆษณาชวนเชื่อในสื่อดิจิทัลจึงพัฒนาไปเป็นเทคนิคที่ซับซ้อนและส่งผลต่อการเมืองและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป

โดยสรุป การโฆษณาชวนเชื่อทางสื่อดิจิทัลเป็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์เพื่อส่งเสริมอุดมการณ์ ความเชื่อ หรือเป้าหมายของกลุ่มหรือบุคคลที่มีอำนาจ ซึ่งสามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกและเชิงลบในกระบวนการทางการเมืองและสังคมอย่างกว้างขวาง ทั้งในระดับปัจเจกและระดับโครงสร้างของสังคม

4.2 ข้อมูลบิดเบือน

พิรธรอง งามสุต (2564) อธิบายว่า ข้อมูลบิดเบือน หรือ “disinformation” มีต้นกำเนิดตั้งแต่ ค.ศ. 1939 (พ.ศ. 2482) โดยกลุ่มนาซีเยอรมนี และถูกพัฒนาให้แพร่หลายโดยหน่วยข่าวกรองของสหภาพโซเวียตในชื่อ “dezinformatsiya” คำนี้ได้รับความสนใจในระดับสากลมากขึ้นในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา โดยครอบคลุมข้อมูลที่เป็นเท็จหรือบิดเบือน ซึ่งส่งผลกระทบในหลายมิติ เช่น บ่อนทำลายประชาธิปไตย การลดทอนสุขภาพของสังคม การสร้างความเสียหายต่อชนกลุ่มน้อยและผู้ด้อยโอกาส รวมถึงการคุกคามเสรีภาพในการแสดงออก

ใน พ.ศ. 2563 องค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้จัดทำหนังสือ “การเสนอข่าวลวงและข้อมูลบิดเบือน” ซึ่งเป็นคู่มือเพื่อการศึกษาและอบรมด้านวารสารศาสตร์ แปลจากต้นฉบับภาษาอังกฤษชื่อ “Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training” (สำหรับผู้ที่ไม่สนใจ สามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่ UNESDOC Digital Library) โดยใช้ให้เห็นว่า ข้อมูลบิดเบือนเป็นหนึ่งในสามของรูปแบบหลักของความผิดปกติของข้อมูลข่าวสาร (information disorder) ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลที่ผิด ข้อมูลบิดเบือน และข้อมูลที่แฝงเจตนาร้าย

พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ (2563) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ข้อมูลบิดเบือน หมายถึง ข้อมูลที่ถูกสร้างหรือดัดแปลงขึ้นใหม่ โดยมีเจตนาแอบแฝงเพื่อหลอกลวงหรือทำลายเป้าหมาย ข้อมูลนี้อาจมีส่วนที่เป็นความจริงแต่ถูกนำเสนอในบริบทที่ผิด (false context) มีเนื้อหาแอบอ้าง (imposter content) ถูกดัดแปลง (manipulated content) หรือถูกสร้างขึ้นใหม่ทั้งหมด (fabricated content) โดยผู้เผยแพร่ข้อมูลประเภทนี้มักทราบดีว่าเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง แต่ยังคงเผยแพร่ด้วยเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การลดความน่าเชื่อถือของบุคคล องค์กร หรือกลุ่มเป้าหมาย โดยอาศัยจุดอ่อนของผู้รับสารที่อาจขาดการตรวจสอบข้อเท็จจริง

โดยสรุป ข้อมูลบิดเบือน คือ ข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยเจตนาให้เป็นเท็จหรือบิดเบือนความจริงเพื่อผลประโยชน์เฉพาะด้าน เช่น การทำลายความน่าเชื่อถือของบุคคลหรือองค์กร การสร้างความเข้าใจผิดในหมู่ประชาชน หรือการบ่อนทำลายกระบวนการประชาธิปไตย ข้อมูลประเภทนี้มักมีการปรับเปลี่ยนหรือแทรกเนื้อหาที่เป็นความจริงบางส่วนเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ เช่น การนำข้อมูลจริงมาใส่ในบริบทที่ผิด การสร้างเนื้อหาแอบอ้าง การดัดแปลงข้อมูล หรือการแต่งขึ้นใหม่ทั้งหมด

4.3 ห้องเสียงสะท้อน

Cambridge University Press (n.d.) นิยามคำว่า “ห้องเสียงสะท้อน” หรือ echo chamber ว่าเป็นสถานการณ์ที่บุคคลได้รับฟังแต่ความคิดเห็นที่คล้ายคลึงหรือสอดคล้องกับความเชื่อของตนเอง ซ้ำ ๆ กัน จนเกิดการสนับสนุนแนวคิดเดิมโดยไม่มีการเปิดรับมุมมองที่แตกต่างหรือท้าทาย

สิทธิพงศ์ อรุณาทิน (2565) อธิบายว่า คำนี้ในอดีตใช้ในบริบทของดนตรี หมายถึง ห้องโถงสำหรับบันทึกเสียงที่ต้องการเสียงก้องสะท้อนเพื่อเพิ่มมิติของเสียง อย่างไรก็ตาม ในยุคดิจิทัล คำนี้ถูกนำมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้คนในโลกออนไลน์มักพบเจอเฉพาะข้อมูลหรือความคิดเห็นที่คล้ายคลึงกับความคิดของตนเองเท่านั้น ซึ่งเกิดจากการทำงานของอัลกอริทึมที่คัดสรรข้อมูลตามประวัติการใช้งาน เช่น การกดไลก์ กดแชร์ แสดงความคิดเห็น หรือการค้นหาข้อมูล ทำให้เนื้อหาที่ถูกนำเสนอให้เห็นสอดคล้องกับความสนใจหรือความเชื่อเดิมของแต่ละบุคคล ส่งผลให้ผู้คนรับรู้ข้อมูลในมุมมองที่แคบลง แม้ว่าจะใช้คีย์เวิร์ดการค้นหาเดียวกัน ผลลัพธ์ก็จะแตกต่างกันไปตามพฤติกรรมออนไลน์ของแต่ละคน

Syed (2019) กล่าวถึงห้องเสียงสะท้อนว่าเป็นปรากฏการณ์ที่แยกคนออกเป็นกลุ่มความคิดสุดโต่ง โดยแต่ละกลุ่มมักปฏิเสธความคิดเห็นที่ไม่ตรงกับความเชื่อของตนเองและมักโจมตีความคิดเห็นหรือข้อมูลของฝ่ายตรงข้าม โดยเชื่อว่าข้อมูลของตนเองถูกต้องกว่า ปรากฏการณ์นี้ไม่ได้จำกัดแค่โลกออนไลน์เท่านั้น แต่ยังเกิดในโลกออฟไลน์ด้วย อย่างไรก็ตาม โลกออนไลน์โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ที่ปรากฏการณ์นี้ทวีความรุนแรงขึ้น เนื่องจากอัลกอริทึมที่ทำให้ข้อมูลสะท้อนมุมมองเดิมของผู้ใช้ซ้ำ ๆ กัน

Pariser (2011) และ Sunstein (2018) มีความเห็นตรงกันว่า ปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อนส่งผลกระทบเชิงลบต่อความสัมพันธ์และความขัดแย้งในสังคม ผู้คนที่อยู่ในกลุ่มความคิดเดียวกันอาจไม่ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง ส่งผลให้เกิดความขัดแย้งในเรื่องส่วนตัวหรือประเด็นทางอารมณ์ การปิดกั้นการรับข้อมูลที่หลากหลายนี้บั่นทอนความสามารถในการวิเคราะห์และตัดสินใจอย่างรอบคอบ ทำให้ผู้คนตกอยู่ใน “กับดักข้อมูล” (information trap) ซึ่งส่งเสริมความเชื่อที่อาจผิดหรือบิดเบือนอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

โดยสรุป ห้องเสียงสะท้อนเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการคัดกรองข้อมูลของอัลกอริทึมในโลกดิจิทัล และการเลือกเสพข้อมูลที่ตรงกับความเชื่อของตนเอง ส่งผลต่อการสร้างความเข้าใจผิด ขัดขวางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่หลากหลาย และก่อให้เกิดความขัดแย้งในสังคมทั้งในระดับบุคคลและส่วนรวม

4.4 ข้อมูลเท็จ

ความผิดปกติของข้อมูลข่าวสารเป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาและนิยามโดย Wardle and Derakhshan (2018) ซึ่งได้แบ่งประเภทของข้อมูลที่บิดเบือนหรือผิดพลาดออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ ข้อมูลเท็จ ข้อมูลบิดเบือน และข้อมูลแฝงเจตนาร้าย โดยข้อมูลเท็จ หมายถึง ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือผิดพลาด โดยผู้ส่งข้อมูลไม่ได้มีเจตนาร้ายในการเผยแพร่ เช่น การแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับยาสมุนไพรที่อ้างว่ารักษาโรคมะเร็งได้ แต่ในความเป็นจริงข้อมูลนั้นไม่มีมูลความจริง การส่งต่อข้อมูลลักษณะนี้มักเกิดจากการที่ผู้เผยแพร่เชื่อว่าข้อมูลนั้นถูกต้องหรือได้รับข่าวสารที่ไม่ครบถ้วน

สำนักงาน กสทช. (2566) ยังได้ขยายความถึงข้อมูลเท็จว่า เป็นการส่งข้อมูลที่ผิด โดยผู้ส่งมีความเชื่อว่าข้อมูลนั้นถูกต้องและจริงใจในการส่งต่อ โดยไม่มีเจตนาร้ายต่อผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม ข้อมูลลักษณะนี้มักเกิดขึ้นจากความเร่งรีบในการรับและเผยแพร่ข่าวสาร ทำให้ขาดการตรวจสอบหรือเข้าใจความหมายของข้อมูลผิดพลาด

โดยสรุป ข้อมูลเท็จ หมายถึง ข้อมูลที่ผิดพลาดหรือไม่ถูกต้อง ซึ่งมักเกิดจากความเข้าใจผิดของผู้เผยแพร่ โดยไม่มีเจตนาร้าย เช่น การแชร์ข่าวสุขภาพที่ไม่ได้รับการยืนยัน ความผิดพลาดลักษณะนี้มักมาจากความต้องการเผยแพร่ข่าวสารอย่างรวดเร็วโดยไม่ได้ตรวจสอบข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วน

4.5 สื่อสังคมออนไลน์

นันทนา นันทวโรภาส (2557) อธิบายว่า สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตที่เปิดโอกาสให้นักการเมืองสามารถสร้างและส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ไลน์ (Line) ทวิตเตอร์ (หรือ เอ็กซ์) สื่อเหล่านี้ช่วยให้ประชาชนรับรู้ข่าวสาร แสดงความคิดเห็น ส่งต่อข้อมูล รวมถึงคัดกรองข่าวไปพร้อม ๆ กัน ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่กระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในประเด็นปัญหาต่าง ๆ โดยเฉพาะในประเด็นการเมือง นอกจากนี้ กลุ่มเครือข่ายที่มีผู้ติดตามจำนวนมากสามารถเผยแพร่ข้อมูลที่มีอิทธิพลไม่น้อยไปกว่าการใช้สื่อมวลชนหลัก และในบางกรณี สื่อมวลชนกระแสหลัก ยังนำข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ไปเผยแพร่ซ้ำในช่องทางของตน ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น และประหยัดต้นทุน

ภักพล เจริญเทพ (2565) เสริมว่า สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่ใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารในเครือข่ายทางสังคมผ่านเว็บไซต์และโปรแกรมที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งานในการผลิตเนื้อหา ทั้งในรูปแบบของข้อมูล ภาพ และเสียง สื่อเหล่านี้ยังถูกใช้ในการดำเนินงานและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันทรัพยากร ข้อมูล และข่าวสาร ซึ่งครอบคลุมทั้งในระดับบุคคลและองค์กร

โดยสรุป สื่อสังคมออนไลน์เป็นแพลตฟอร์มสำคัญที่เชื่อมโยงผู้คนผ่านการสื่อสารดิจิทัล ช่วยให้นักการเมืองและองค์กรสามารถส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการผลิตและแลกเปลี่ยนเนื้อหา สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในประเด็นการเมือง โดยมีบทบาททั้งในการสร้างกระแสและกระตุ้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งในบางกรณีอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์อาจเทียบเท่าหรือมากกว่าสื่อมวลชนกระแสหลัก

4.6 การสื่อสารทางการเมือง (political communication)

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2565) ระบุว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกระบวนการสื่อสารที่มุ่งเผยแพร่อุดมการณ์ ทศนคติ และข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการทางการเมืองไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้ช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชนและสื่อบุคคล การสื่อสารนี้ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

สมควร กวียะ (2539, น. 39) ชี้ให้เห็นบทบาทสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองที่สามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมืองผ่านสื่อต่าง ๆ การจัดระเบียบวาระทางการเมือง โดยนำเสนอปัญหาใหม่ ๆ เพื่อสร้างความสนใจแก่ประชาชน การเผยแพร่และปลูกฝังอุดมการณ์และทศนคติทางการเมือง ผ่านการสื่อสารเชิงจูงใจ และการพัฒนาทางการเมือง เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมและสร้างความเข้าใจในเป้าหมายของประเทศ

Ranney (1993) กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการของการสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ 1) ผู้สื่อสาร (communicator) ผู้ส่งสาร เช่น พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ หรือบุคคลทั่วไป 2) สาร (messages) ข้อมูลที่ส่งออกไปในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ถ้อยคำ ภาพ หรือสัญลักษณ์ เพื่อโน้มน้าวใจ 3) สื่อ (media) ช่องทางการสื่อสาร เช่น การสนทนา โทรศัพท์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ 4) ผู้รับสาร (receivers) กลุ่มเป้าหมายที่รับข้อมูลโดยตรงหรือผ่านการรายงาน และ 5) การตอบสนอง (responses) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร เช่น การสนับสนุนหรือปฏิกิริยาเชิงลบ

โดยสรุป การสื่อสารทางการเมือง คือ กระบวนการเผยแพร่ข้อมูล อุดมการณ์ และทัศนคติทางการเมืองไปยังประชาชน โดยมีบทบาทสำคัญใน 4 ด้าน ได้แก่ การถ่ายทอดข่าวสาร การกำหนดวาระปัญหาทางการเมือง การปลูกฝังอุดมการณ์ และการส่งเสริมการพัฒนาประเทศ ซึ่งดำเนินการผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชนและสื่อบุคคล โดยผู้สื่อสาร เช่น พรรคการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์ จะส่งสารไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านช่องทางที่เหมาะสมเพื่อกระตุ้นการตอบสนองทั้งในเชิงสนับสนุนหรือการวิจารณ์

4.7 ผลประโยชน์ทางการเมือง (political gain)

สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข (2559) ให้คำจำกัดความของผลประโยชน์ว่าเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่ม ไม่ว่าจะในเชิงบวกหรือเชิงลบ อันส่งผลต่อกลุ่มคนที่เกี่ยวข้อง เช่น เพื่อน คู่แข่ง หรือศัตรู ซึ่งอาจเกิดจากความตั้งใจที่จะสร้างหรือทำลายผลประโยชน์ของผู้อื่น

Thomas (2024) ระบุว่า ผลประโยชน์ในระบบการเมืองสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภทหลัก ได้แก่ ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลประโยชน์ของกลุ่มที่มีเป้าหมายเฉพาะ ผลประโยชน์สาธารณะ ผลประโยชน์ขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน และผลประโยชน์ของกลุ่มที่ไม่มีการรวมตัว

ประภาส ปิ่นตบแต่ง (2558) กล่าวถึงกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองว่าเป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีพื้นฐานหรือเป้าหมายร่วมกัน เพื่อดำเนินกิจกรรมที่มุ่งสร้างประโยชน์แก่พวกพ้อง โดยกลุ่มเหล่านี้มักมีเป้าหมายในการแสวงหาอำนาจทางการเมืองเพื่อเพิ่มบทบาทในกระบวนการกำหนดนโยบายของรัฐ การแข่งขันระหว่างกลุ่มเหล่านี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการเมืองที่มีผลต่อการกำหนดทิศทางของประเทศ

โดยสรุป ผลประโยชน์ทางการเมือง หมายถึง ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มในทางบวกหรือลบ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ ผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม ผลประโยชน์สาธารณะ และผลประโยชน์ขององค์กรต่าง ๆ กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองมักรวมตัวกันเพื่อสร้างอิทธิพลในกระบวนการกำหนดนโยบาย โดยกลุ่มที่เข้าถึงอำนาจทางการเมืองได้มากกว่าจะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายของรัฐ การแข่งขันระหว่างกลุ่มผลประโยชน์จึงเป็นกลไกที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของระบบการเมือง

4.8 อคติ (bias)

จุฬารัตน์ เอื้ออำนวย (2502) อธิบายว่า อคติเป็นทัศนคติที่ยึดติดกับแบบแผนตายตัว (stereo-typed) ซึ่งใช้แยกผู้คนออกเป็นกลุ่มหรือประเภท (categorically) โดยมีความรู้สึกเฉพาะเจาะจงต่อคนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แม้ว่าบุคคลที่ถูกจัดกลุ่มอาจไม่ได้มีลักษณะตามที่คิดไว้ก็ตาม

Sompson and Yinger (1965) ในหนังสือ Racial and cultural minorities ระบุว่า อคติคือทัศนคติและอารมณ์ที่เกิดจากการตัดสินใจล่วงหน้า โดยมีการจัดกลุ่มคนหรือบุคคลออกเป็นประเภท ซึ่งผู้ที่ถูกจัดกลุ่มอาจไม่มีลักษณะหรือความคล้ายคลึงกันเลย อคติสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ โดยผู้ที่มีอคติมักพร้อมกระทำการบางอย่างเพื่อตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้น

Rokeach (1960) สังเกตว่า ความเชื่อที่แตกต่างกัน (belief dissimilarity) ในจิตใจของมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอคติและการแบ่งพรรคแบ่งพวก กล่าวได้ว่า อคติคือแนวโน้มที่บุคคลจะไม่ชอบหรือปฏิเสธผู้ที่มีความเชื่อหรือมุมมองที่แตกต่างจากตนเอง

โดยสรุป อคติ คือ ทัศนคติที่มีต่อบุคคลหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งมักเกิดจากการตัดสินใจล่วงหน้า โดยอิงจากความเชื่อหรือความคิดที่แตกต่าง การแบ่งประเภทหรือการจัดกลุ่ม โดยที่ผู้ที่ถูกตัดสินอาจไม่มี ความคล้ายคลึงหรือสอดคล้องกับสิ่งที่ถูกกล่าวถึง อคติสามารถเป็นได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ

5. ผลการศึกษา

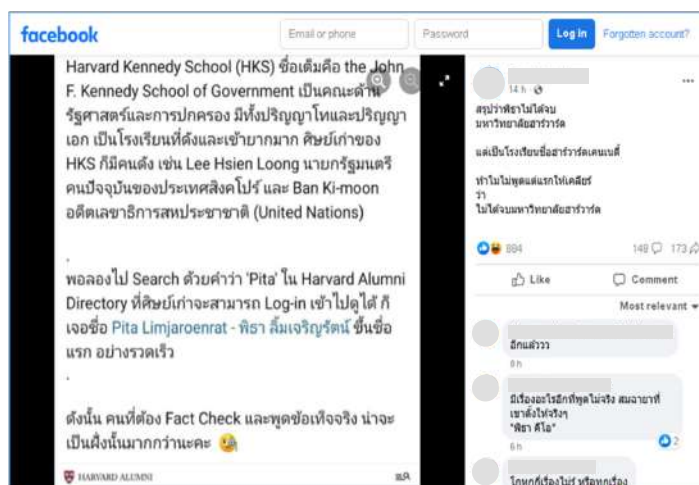
5.1 โฆษณาชวนเชื่อทางสื่อสังคมออนไลน์ กรณีศึกษา “ว่านายพิธา ล้มเจริณรัตน์ ไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด”

หลังการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ประชาชนไทยได้เริ่มเห็นภูมิทัศน์เกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อทางสื่อดิจิทัลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยวิธีการนำเสนอข้อมูลเท็จเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566 กรณีตัวอย่างคือ การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติการศึกษาของนายพิธา ล้มเจริณรัตน์ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ มีใจความว่า “นายพิธา ล้มเจริณรัตน์ ไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard University)” ซึ่งชวนให้ผู้รับสารหรือประชาชนเข้าใจผิด ดังภาพที่ 1-4



ภาพที่ 1 ภาพถ่ายหน้าจอโพสต์เฟซบุ๊กที่ทำให้เข้าใจผิด (1)

ภาพที่ 1 เป็นข้อความที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งกล่าวอ้างว่านายพิธาไม่ได้จบการศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด โดยชี้ให้ผู้รับสารเข้าใจผิดเกี่ยวกับคำว่า “Harvard Kennedy School” ว่าไม่ใช่ส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ทั้งที่ความเป็นจริง Harvard Kennedy School เป็นคณะที่อยู่ในมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด



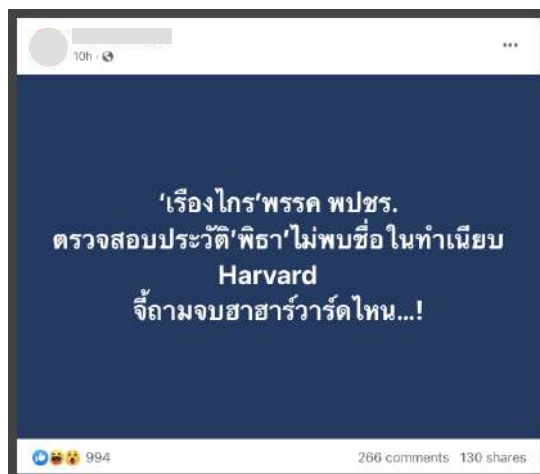
ภาพที่ 2 ตัวอย่างภาพถ่ายหน้าจอโพสต์เฟซบุ๊กที่ทำให้เข้าใจผิด (2)

ภาพที่ 2 มีการกล่าวอ้างว่านายพิธาไม่ได้จบการศึกษามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด โดยชี้ให้ผู้รับสารเข้าใจผิดเกี่ยวกับคำว่า “Harvard Kennedy School” ว่าไม่ใช่ส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด



ภาพที่ 3 ตัวอย่างภาพถ่ายหน้าจอโพสต์เฟซบุ๊กที่ทำให้เข้าใจผิด (3)

ภาพที่ 3 ภาพถ่ายหน้าจอโพสต์เฟซบุ๊กที่ทำให้เข้าใจผิดภาพนี้เป็นภาพโพสต์ในเฟซบุ๊กที่อ้างอิงข้อมูลบิดเบือนเกี่ยวกับนายพิธา โดยไม่ได้แสดงแหล่งที่มาที่น่าเชื่อถือ ซึ่งอาจทำให้ผู้รับสารบางกลุ่มเข้าใจผิดและนำไปสู่การเผยแพร่ข้อมูลต่อในวงกว้าง



ภาพที่ 4 ตัวอย่างภาพถ่ายหน้าจอโพสต์เฟซบุ๊กที่ทำให้เข้าใจผิด (4)

ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นการเผยแพร่ข้อความในเฟซบุ๊กที่ระบุว่า “นายพิธาไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด” ซึ่งเป็นการบิดเบือนข้อมูล โดยไม่ได้อธิบายว่า Harvard Kennedy School เป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดอย่างเป็นทางการ ภาพดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารเข้าใจผิดในลักษณะที่ว่าคำว่า Kennedy

School ไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ส่งผลให้เกิดการตั้งคำถามถึงความน่าเชื่อถือของนายพิธา โดยไม่มีหลักฐานรองรับที่ชัดเจน กระตุ้นการเผยแพร่ข้อมูลบิดเบือนในวงกว้างผ่านการแชร์ต่อในสื่อสังคมออนไลน์

ข้อมูลเท็จเกี่ยวกับการไม่ได้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ถูกตอกย้ำอีกครั้งในวันที่ 16 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 โดยนายเรืองไกร ลีกิจวัฒนะ สมาชิกพรรคพลังประชาชน (พปช.) ได้เข้ายื่นหนังสือต่อคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) ให้ตรวจสอบว่า นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ หัวหน้าพรรคก้าวไกล เข้าข่ายพ้นจากสมาชิกพรรคและหัวหน้าพรรคก้าวไกล สืบเนื่องจากกรณีการถือครองหุ้นสื่อ บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) โดยระบุว่า การเป็นสมาชิกพรรคก้าวไกลของนายพิธาจะต้องเป็นไปตามพระราชบัญญัติว่าด้วยพรรคการเมือง พ.ศ. 2560 มาตรา 24 ที่ระบุว่า สมาชิกพรรคต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในข้อบังคับตามรัฐธรรมนูญมาตรา 98 การถือครองหุ้นในกิจการสื่อสารมวลชนใด ๆ นอกจากในประเด็นการถือครองหุ้นสื่อที่กล่าวมา นายเรืองไกรได้ให้สัมภาษณ์กับสื่อความว่า “มีคนทักมาจากสหรัฐอเมริกาที่นายพิธาระบุว่าจบจากฮาร์วาร์ดนั้น เป็นฮาร์วาร์ดยูนิเวอร์ซิตีหรือฮาร์วาร์ดเคนเนดี ซึ่งอันหนึ่งเป็นมหาวิทยาลัย ส่วนอีกแห่งไม่ใช่ เป็นเหมือนสถานศึกษาอะไรสักอย่าง ซึ่งตนได้รับทราบจากศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเมื่อ 2-3 วันที่ผ่านมา เพราะเขาสงสัย จึงไปค้นในทำเนียบรุ่น จึงอยากทราบว่าข้อเท็จจริงคืออะไร อยากให้พูดข้อเท็จจริง ไม่มีเฟคทั้งนี้ ยืนยันว่าตนไม่ได้มีอคติ และที่ผ่านมาเคยให้ความช่วยเหลือนายพิธา รวมของคนในพรรคด้วยในเรื่องการตรวจสอบงบประมาณต่าง ๆ” (ไทยโพสต์, 2566)

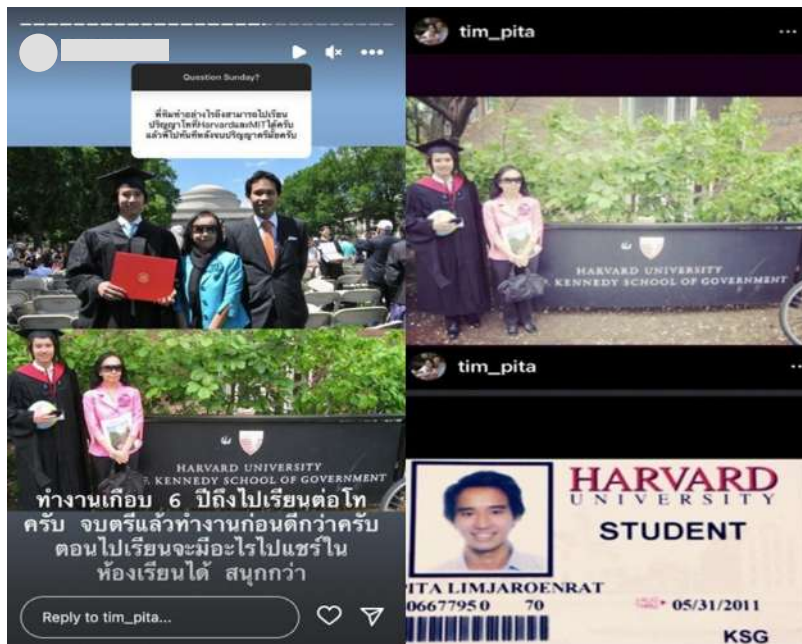
การให้สัมภาษณ์ของนายเรืองไกร ลีกิจวัฒนะ ได้กลายเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่กระตุ้นให้กลุ่มผู้มีทัศนคติเชิงลบต่อนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ เร่งเผยแพร่ข้อมูลเท็จดังกล่าวในสื่อสังคมออนไลน์หลายแพลตฟอร์ม อันส่งผลให้เกิด “ความเข้าใจผิดเชิงโครงสร้าง” (structural misunderstanding) ในกลุ่มผู้รับสารที่ขาดทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) โดยเฉพาะผู้สูงอายุและกลุ่มที่ไม่สนับสนุนประชาธิปไตย ซึ่งมีแนวโน้มจะเชื่อในข้อมูลที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมของตนเอง (confirmation bias) มากกว่าที่จะตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Buckingham, 2007; Wardle & Derakhshan, 2017)

การขาดทักษะรู้เท่าทันสื่อดังกล่าว ทำให้ประชาชนบางส่วนตีความคำว่า “school” ในบริบทของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดผิดพลาด โดยให้ความหมายตรงตามการใช้ในบริบทการศึกษาไทย ซึ่งมักหมายถึง “โรงเรียน” ในระดับขั้นพื้นฐาน (อนุบาล ประถม มัธยม) เพียงเท่านั้น ทั้งที่ในต่างประเทศ “school” สามารถใช้แทนคณะหรือบัณฑิตวิทยาลัยในมหาวิทยาลัยได้อย่างแพร่หลาย (Kress & van Leeuwen, 2001) ความสับสนทางภาษานี้เป็นช่องว่างสำคัญที่ผู้ปล่อยข้อมูลบิดเบือนใช้เป็นกลยุทธ์สร้างความเข้าใจผิดในหมู่ประชาชนที่ไม่คุ้นเคยกับบริบททางการศึกษานานาชาติ

สภาพการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงธรรมชาติของ “ข้อมูลบิดเบือน” (disinformation) ที่สามารถแทรกซึมเข้าไปในพื้นที่ที่สื่อดิจิทัลได้ง่ายและรวดเร็ว โดยอาศัยช่องโหว่ด้านความรู้ความเข้าใจและอคติทางการเมืองของผู้รับสาร (Newman et al., 2022; Pariser, 2011) กล่าวได้ว่า การผสมผสานระหว่างข้อจำกัดด้านการรู้เท่าทันสื่อกับการตีความบริบทภาษาที่คลาดเคลื่อนทำให้ประชาชนบางส่วนตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาชวนเชื่อ เพื่อหวังผลประโยชน์ทางการเมืองได้ง่ายยิ่งขึ้น

ภายหลังได้รับการตรวจสอบว่าข้อมูลดังกล่าวไม่เป็นความจริงโดยมีการตรวจสอบข้อมูลอ้างอิงจากสำนักข่าว AFP โดย AFP Fact-Check ประเทศไทย รายงานยืนยันว่า ได้มีการตรวจสอบข้อมูลไปยังมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และเปิดเผยเป็นรายงานการสัมภาษณ์ “จิม มีแฮน” เจ้าหน้าที่ทะเบียนจากวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเคนเนดี ตอบ AFP ทางอีเมลเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ว่า “ฝั่งทะเบียนแห่ง HKS ยืนยันว่า พิตา ลัมเจริญรัตน์ ลงทะเบียนเรียนเต็มเวลาในระดับรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต ที่วิทยาลัยการปกครองจอห์น เอฟ. เคนเนดี มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เขาเริ่มการศึกษาในเดือนกันยายน ค.ศ. 2008 (พ.ศ. 2551) และสำเร็จการศึกษารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตในวันที่ 26 พฤษภาคม ค.ศ. 2011 (พ.ศ. 2554)”

นอกจากนี้ รายงานจาก ปณิศา เอ็มโอชา (2566) ได้เปิดเผยเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทสัมภาษณ์ของคริสเตียน คีเทิลส์ หนึ่งในอาจารย์จากโรงเรียนธุรกิจฮาร์วาร์ด (HBS) กล่าวกับ AFP เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 ว่า “พิตา ลัมเจริญรัตน์ ลงเรียนในวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาคเพื่อการแข่งขัน ซึ่งเป็นวิชาที่สอนโดยโรงเรียนธุรกิจฮาร์วาร์ด ใน ค.ศ. 2011 (พ.ศ. 2554) วิชาดังกล่าวเป็นการเรียนควบทั้งกับ HBS และวิทยาลัยการปกครองเคนเนดี ลงเรียนในวิชานี้ในฐานะนักเรียนจากวิทยาลัยเคนเนดี เขาเป็นส่วนหนึ่งของทีมที่ศึกษาอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย” และยังพบหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สามารถยืนยันได้ว่า นายพิตา ลัมเจริญรัตน์ จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดจริง ได้แก่ รายงานวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาคเพื่อการแข่งขัน ภาพถ่ายสวมชุดครุยร่วมกับครอบครัวในวันรับปริญญา ภาพบัตรประจำตัวนักศึกษา และหลักฐานการพบชื่อของนายพิตา ลัมเจริญรัตน์ ในทำเนียบศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด รวมถึงหลักฐานการถูกกล่าวถึงใน Harvard Kennedy School Magazine ฉบับ Winter 2016 ในหน้าที่ 52 ในฐานะศิษย์เก่ารุ่นปี 2011 ดังภาพที่ 5-7



ภาพที่ 5 ภาพถ่ายสวมชุดครุยวันรับปริญญาบัตรกับครอบครัวและภาพบัตรประจำตัวนักศึกษาของนายพิตา ลัมเจริญรัตน์

ภาพถ่ายของนายพิธาในชุดครุยและครอบครัวในวันสำเร็จการศึกษาจาก Harvard Kennedy School เป็นหลักฐานภาพถ่ายที่ชัดเจนถึงการสำเร็จการศึกษาสามารถยืนยันได้ว่านายพิธา ลิ่มเจริญรัตน์ จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดจริง



ภาพที่ 6 นายพิธา ถูกกล่าวถึงใน Harvard Kennedy School Magazine

ที่มา: Harvard Kennedy School (2016)

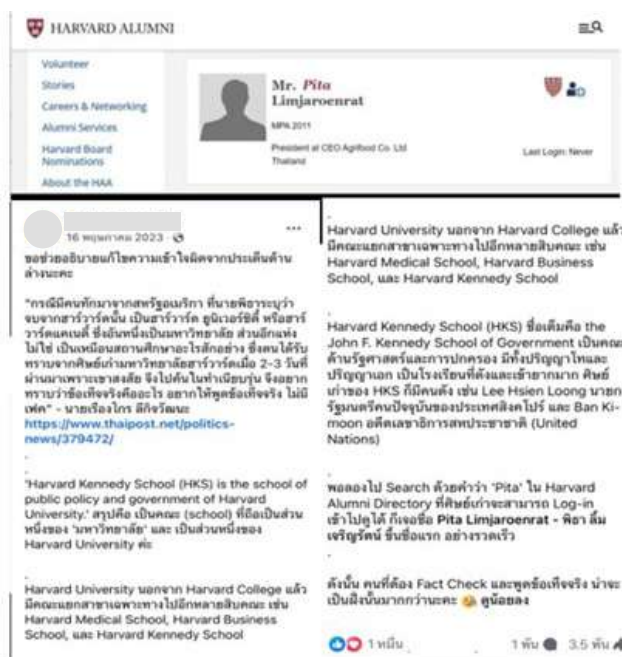
ภาพที่ 6 แสดงรายชื่อของนายพิธา ลิ่มเจริญรัตน์ ในฐานะศิษย์เก่าของ Harvard Kennedy School ที่ถูกบันทึกในวารสารอย่างเป็นทางการของมหาวิทยาลัย



ภาพที่ 7 รายงานวิชาเศรษฐศาสตร์จุลภาคเพื่อการแข่งขัน

ที่มา: Ghazali et al. (2011)

จากภาพที่ 7 เป็นหลักฐานยืนยันว่านายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ได้เรียนในหลักสูตรร่วมระหว่าง Harvard Kennedy School และ Harvard Business School (HBS) โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (MPA) มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด



ภาพที่ 8 พบชื่อนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ในทำเนียบศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด

จากภาพที่ 8 มีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับชื่อของนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ในทำเนียบศิษย์เก่าของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Alumni Directory) เพื่อชี้ให้เห็นถึงความถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์เป็นศิษย์เก่าของนายพิธา อย่างไรก็ตาม เนื้อหาที่มีการเผยแพร่ในบางส่วนของสื่อออนไลน์ก่อนหน้านี้ได้นำเสนอในลักษณะบิดเบือน เช่น อ้างว่านายพิธาไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดจริง แต่ “ไม่ได้เรียนที่มหาวิทยาลัยในฐานะนักศึกษาเต็มเวลา” หรือ “เป็นแค่คอร์สสั้น ๆ” ซึ่งทำให้เกิดความสับสนในหมู่ประชาชน

การแพร่กระจายข้อมูลเท็จอย่างรวดเร็วผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ทางการเมือง ได้ส่งผลให้เกิด “ชุดความเชื่อ” (belief system) ในหมู่ประชาชนบางกลุ่มว่า นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ มิได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ทั้งที่ข้อเท็จจริงปรากฏชัดเจนในเอกสารยืนยันต่าง ๆ ปรากฏการณ์นี้สะท้อนลักษณะของ “อคติยืนยันความเชื่อ” ซึ่งเป็นภาวะที่ผู้รับสารมักให้ความสำคัญกับข้อมูลที่สนับสนุนความเชื่อเดิมของตนเองมากกว่าการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล (Lewandowsky et al., 2017; Nickerson, 1998) การขาดการตั้งคำถามต่อข้อมูลที่ได้รับ ทำให้การบิดเบือนมีแนวโน้มแพร่กระจายกว้างขวางขึ้นและยืดเยื้อออกไป

อย่างไรก็ตาม เมื่อกระแสข่าวบิดเบือนดังกล่าวได้รับความสนใจในวงกว้าง สื่อมวลชนที่มีหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริง (fact-checking) จึงต้องเร่งนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องทั้งในสื่อกระแสหลัก (traditional media) และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสกัดกั้นการขยายตัวของข้อมูลเท็จ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับข้อเสนอของ Wardle and Derakhshan (2017) ที่ชี้ว่า การเพิ่มทักษะรู้เท่าทันสื่อและการเผยแพร่ข้อมูลเท็จที่ถูกตรวจสอบแล้ว (debunked information) ผ่านหลายช่องทางสามารถช่วยลดระดับความเชื่อถือนในข้อมูลบิดเบือนลงได้ กระบวนการนี้เป็นทั้งการป้องกัน (pre-bunking) และตอบโต้ (countering) การโฆษณาชวนเชื่อในสังคมดิจิทัล โดยมุ่งหวังให้ผู้รับสารกลับมาให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบอย่างมีวิจารณญาณ ทั้งนี้ จากการสืบค้นหลักฐานเกี่ยวกับสถานศึกษาในต่างประเทศของนายพิธา พบดังภาพที่ 9 และภาพที่ 10



ภาพที่ 9 ตัวอย่างสื่อออนไลน์นำเสนอข้อมูลการศึกษาของนายพิธา ลิมเจริญรัตน์ (1)

ที่มา: Wang (2023)

จากภาพที่ 9 เป็นการยืนยันความถูกต้องเกี่ยวกับสถานะการศึกษาของนายพิธา โดยระบุว่าเขาได้สำเร็จการศึกษาจาก Harvard Kennedy School ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Harvard University ผ่านกระบวนการตรวจสอบข้อเท็จจริงจากหน่วยงานอิสระ (fact crescendo) ไม่ได้มีเจตนาให้เกิดความเข้าใจผิดเพิ่มเติม แต่เป็นการตรวจสอบและเผยแพร่ข้อเท็จจริง เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจข้อมูลที่ถูกต้องและชี้ให้เห็นถึงการบิดเบือนที่เกิดขึ้น

รู้จัก Harvard และ MIT
สองมหาวิทยาลัยระดับโลกที่ กัม พิธา เป็นศิษย์เก่า

Harvard University
หนึ่งมหาวิทยาลัยเก่าแก่ที่สุดของสหรัฐอเมริกา และเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงอันดับ 4 ของโลก ซึ่งโดดเด่นในหลายสาขาวิชา เช่น แพทยศาสตร์, กฎหมาย, บริหารธุรกิจ, เศรษฐศาสตร์ ฯลฯ

Massachusetts Institute of Technology (MIT)
ถูกยกย่องว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่แข็งแกร่งที่สุดของโลกแห่งหนึ่ง ซึ่งชื่อเสียงในสายวิทยาศาสตร์ วิศวกรรม เทคโนโลยี และการจัดการ ซึ่งล้วนมีแนวโน้ม โดดเด่นอย่างทวีคูณ และนวัตกรรมที่สำคัญในระดับโลก เป็นจำนวนมากไม่เว้น

ค.ศ. 1636 (387 ปี)	มีที่ก่อตั้ง (อายุ)	ค.ศ. 1861 (162 ปี)
เมืองเคมบริดจ์ รัฐแมสซาชูเซตส์	ที่ตั้ง	เมืองเคมบริดจ์ รัฐแมสซาชูเซตส์
5 ของโลก	อันดับมหาวิทยาลัยปี 2023 (จัดอันดับโดย QS World University Rankings)	1 ของโลก
ปริญญาโท การเมืองการปกครอง สาขาการบริหารภาครัฐ	สาขาที่ กัม-พิธา สัมผัสเรียนรู้ เรียนจบ	ปริญญาโท การบริหารธุรกิจ

รู้หรือไม่ว่า
Bill Gates ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท Microsoft, Mark Zuckerberg ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท Facebook (Meta), Barack Obama ประธานาธิบดีคนที่ 44 ของสหรัฐอเมริกา, อังกร ลำไย CEO และประธานกรรมการธนาคารกรุงไทย, Morrie Chang ผู้ก่อตั้งบริษัท TSMC, Lisa Su CEO ของ AMD คนปัจจุบัน, ลอนกีด กุดระกูล อดีตรัฐมนตรีประจำสำนักงานรัฐมนตรี

ถูกระเบิดของหลวงอุปราชราชบัณฑิตยสถาน สวรรคตพรพรวดี ก็ทรงเป็นศิษย์เก่าจาก MIT โดยสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีในสาขาวิชาเคมีและสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ ชีวเคมี

ภาพที่ 10 ตัวอย่างสื่อออนไลน์นำเสนอข้อมูล การศึกษาที่ถูกต้องของนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ (2)

ที่มา: MarketThink (2023)

ภาพที่ 10 ตัวอย่างสื่อออนไลน์นำเสนอข้อมูลการศึกษาที่ถูกต้องของนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ โดยระบุว่า นายพิธาเป็นศิษย์เก่าจาก Harvard Kennedy School (มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด) และ Massachusetts Institute of Technology (MIT) ซึ่งเป็นสองมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก พร้อมอ้างอิงบุคคลที่ทรงอิทธิพลทั้งในไทยและต่างประเทศที่จบจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด

วันที่ 7 สิงหาคม พ.ศ. 2567 คณะตุลาการศาลรัฐธรรมนูญ ได้มีคำสั่งยุบพรรคก้าวไกล (ก.ก.) และเพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้งของบุคคลผู้เป็นคณะกรรมการบริหารพรรค (กก.บห.) และห้ามมิให้ผู้ดำรงตำแหน่ง กก.บห. และถูกเพิกถอนสิทธิสมัครรับเลือกตั้ง ไปจดทะเบียนพรรคการเมืองขึ้นใหม่ หรือเป็น กก.บห. พรรคการเมือง หรือมีส่วนร่วมในการจัดตั้งพรรคการเมืองขึ้นใหม่ภายในกำหนด 10 ปี สำหรับกรรมการบริหารพรรคก้าวไกล ชุดที่ 1 และชุดที่ 2 ที่ดำรงตำแหน่งระหว่างวันที่ 25 มีนาคม 2564 ถึง 31 มกราคม 2567 ที่ถูกศาลรัฐธรรมนูญตัดสินให้ขาดสิทธิทางการเมืองเป็นเวลา 10 ปี รวมทั้งสิ้น 11 คน ซึ่งรวมถึงนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์

หลังจากนั้น ในวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2567 นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ได้ออกมาเปิดเผยเกี่ยวกับก้าวต่อไปกับบทบาทใหม่ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดในฐานะ Visiting Democracy Fellow, Harvard University หรือนักวิชาการด้านประชาธิปไตยชั่วคราว ผ่านเว็บไซต์ Medium และสำนักข่าว PPTV โดย PPTV Online (2024) ได้อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับตำแหน่งดังกล่าว คือ มีหน้าที่ในการศึกษาและวิจัยระยะเวลาหนึ่ง ในประเด็นเกี่ยวกับ

การปกครองแบบประชาธิปไตย ผู้ที่เข้าร่วมในตำแหน่งนี้มักเป็นผู้นำจากการเลือกตั้ง อดีตเจ้าหน้าที่รัฐ ผู้กำหนดนโยบายรัฐ ผู้นำองค์กรไม่แสวงหากำไร และนักข่าว ทำงานร่วมกับคณาจารย์และนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและหาแนวทางส่งเสริมประชาธิปไตยในประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นการตอกย้ำสถานะทางการศึกษาว่านายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ จบการศึกษาจากจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดจริง และมีความสัมพันธ์อันดีกับสถานศึกษาระดับโลกดังกล่าวจริง ซึ่งเป็นข้อโต้แย้งที่เป็นรูปธรรม กับการนำข้อมูลเท็จเพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พ.ศ. 2566 ว่า นายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ไม่ได้จบการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 ช่วงบทบาทใหม่ของคุณพิธาในฐานะ Visiting Democracy Fellow ที่ฮาร์วาร์ด

ที่มา: Tanakasempipat (2024)

ภาพที่ 11 จะเห็นได้ว่า สำนักข่าว Bloomberg ได้เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับการประกาศบทบาทใหม่ของนายพิธาในฐานะ Visiting Democracy Fellow ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่งเป็นตำแหน่งทางวิชาการที่มอบให้แก่ผู้นำทางการเมืองและนักวิชาการที่มีคุณสมบัติสูง

5.2 กระบวนการเผยแพร่ข้อมูลด้วยโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จทางสื่อสังคมออนไลน์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง

การโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนผลประโยชน์ทางการเมืองในยุคดิจิทัล ปรากฏการณ์นี้แสดงให้เห็นถึงการใช้อำนาจทางการสื่อสารในเชิงลึกเพื่อสร้างความเข้าใจผิดในหมู่ประชาชน รวมถึงการบิดเบือนข้อเท็จจริงและส่งเสริมความแตกแยกในสังคมไทย กระบวนการดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะและเชื่อมโยงกับทฤษฎีด้านการสื่อสารและจิตวิทยาสังคมอย่างชัดเจน

กระบวนการเริ่มต้นด้วยการสร้างข้อความที่มีเนื้อหาอ่อนไหวหรือกระตุ้นอารมณ์ โดยเน้นการเจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มเชื่อในข้อมูลที่สอดคล้องกับอคติหรือความเชื่อเดิมของตนเอง เช่น กรณีข่าวเท็จเกี่ยวกับนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ที่ระบุว่าเขาไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ข้อความดังกล่าวถูกออกแบบเพื่อสร้างความสับสน โดยใช้ความเข้าใจผิดในบริบทคำศัพท์ เช่น การตีความคำว่า “school” ในลักษณะที่คลาดเคลื่อนจากบริบทของระบบการศึกษานานาชาติ (Kress & van Leeuwen, 2001) การใช้กลวิธีเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Ellul (1973) ที่อธิบายว่า การโฆษณาชวนเชื่อมักใช้ความหมายและสัญลักษณ์เพื่อโน้มน้าวความคิดของคน นอกจากนี้ การนำข้อมูลจริงบางส่วนมาใช้ร่วมกับข้อมูลเท็จยังเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับข้อความที่เผยแพร่ (Lewandowsky et al., 2017)

แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ (หรือเอ็กซ์) และติ๊กต็อก (TikTok) เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ โดยกลไกสำคัญที่สนับสนุนคืออัลกอริทึมที่จัดลำดับความสำคัญของเนื้อหาที่มีปฏิสัมพันธ์สูง (high engagement) ซึ่งมักเป็นเนื้อหาที่กระตุ้นอารมณ์ความโกรธหรือความกลัว ผู้เผยแพร่ข้อมูลเท็จยังใช้กลยุทธ์เชิงรุก เช่น การสร้างบัญชีปลอม (fake accounts) หรือเครือข่ายบัญชีที่ทำงานร่วมกันเพื่อขยายการมองเห็นเนื้อหา (visibility) ผ่านการแชร์และการใช้แฮชแท็กที่ได้รับความนิยม นอกจากนี้ การใช้เทคนิคการทางการสื่อสารการตลาดแบบเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (micro-targeting) ช่วยให้ข้อความสามารถเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข่าวปลอมเกี่ยวกับวุฒิการศึกษาของนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ เป็นกรณีศึกษาที่สะท้อนให้เห็นถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการบิดเบือนข้อเท็จจริง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความน่าเชื่อถือของบุคคลสาธารณะและเผยแพร่ความเข้าใจผิดไปยังประชาชนในวงกว้าง ซึ่งให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้างของภูมิทัศน์สื่อดิจิทัลในสังคมไทย ซึ่งเอื้อให้ข่าวปลอมสามารถแพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ใช้ที่ขาดทักษะในการตรวจสอบข้อเท็จจริง (Newman et al., 2022; Wardle & Derakhshan, 2017) การเผยแพร่และส่งต่อข้อมูลโดยปราศจากการตรวจสอบนี้ไม่เพียงส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ของบุคคลสาธารณะ เช่น นายพิธา แต่ยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระดับที่นำกังวล

ในเชิงสังคมวิทยาการสื่อสาร ข้อมูลเท็จที่แพร่กระจายในวงกว้างมักก่อให้เกิดปรากฏการณ์ “แบ่งขั้วความคิด” (polarization) ที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารแยกตัวออกเป็นกลุ่มความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันอย่างเข้มข้น ข้อมูลผิด ๆ เหล่านี้สามารถเสริมสร้างปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อน ซึ่งผู้รับสารเลือกรับข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนเองเพียงด้านเดียว (Pariser, 2011; Sunstein, 2018) ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองทวีความรุนแรงขึ้นและบั่นทอนการสร้างฉันทามติ (consensus-building) ในสังคม การยอมรับข้อมูลที่บิดเบือนโดยขาดทักษะรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน ปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อที่ผิดพลาดในหมู่ผู้รับสาร โดยอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มดิจิทัลมักเลือกแสดงข้อมูลที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความสนใจเดิมของผู้ใช้ ทำให้ผู้ใช้เห็นเฉพาะเนื้อหาที่สนับสนุนมุมมองของตนเอง การปิดกั้นการรับรู้ข้อมูลที่หลากหลายนี้นำไปสู่การเสริมสร้างความเชื่อผิด ๆ และลดความสามารถในการตรวจสอบข้อเท็จจริงของประชาชน ผลลัพธ์ที่ตามมาคือการขยายตัวของความขัดแย้งทางการเมืองและการแบ่งแยกกลุ่มผู้รับสารออกเป็นฝ่ายที่สนับสนุนและต่อต้าน ดังนั้น เพื่อการรับมือ

กับปัญหาดังกล่าว สื่อมวลชนและแพลตฟอร์มออนไลน์จำเป็นต้องมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้อง และส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในหมู่ประชาชน แนวทางที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย การตรวจสอบข้อเท็จจริง และการส่งเสริมทักษะรู้เท่าทันสื่อให้แก่ประชาชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการป้องกันการตกเป็นเหยื่อของ “ข้อมูลบิดเบือน” (disinformation) (Buckingham, 2007; Lewandowsky et al., 2017) มาตรการเหล่านี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องจากข่าวปลอม ลดทอนอคติเดิมในหมู่ผู้รับสาร และสร้างสภาพแวดล้อมสื่อดิจิทัลที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบร่วมกันในระยะยาว

กล่าวโดยสรุป การเผยแพร่ข้อมูลเท็จผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนและเชื่อมโยงกับทฤษฎีด้านการสื่อสารและจิตวิทยาสังคม โดยเฉพาะในกรณีของข่าวปลอมเกี่ยวกับพฤติกรรมศึกษาของนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ที่เน้นการกระตุ้นอารมณ์และใช้ข้อมูลเท็จร่วมกับข้อมูลจริงเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ ข้อความเหล่านี้ได้รับการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ (หรือเอ็กซ์) และดีด็อก โดยใช้กลไกของอัลกอริทึมและการสร้างเครือข่ายบัญชีปลอมเพื่อกระจายข้อมูลในวงกว้าง ซึ่งการแพร่กระจายข้อมูลเท็จในวงกว้างยังส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ความขัดแย้งทางการเมือง และการแบ่งขั้วความคิดเห็นในสังคม เช่น การเกิดท้องเสียสะทอน ซึ่งทำให้ผู้คนรับข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนเอง ปัญหานี้มีผลกระทบต่อความร่วมมือทางการเมืองของประชาชนและสร้างอุปสรรคต่อการสร้างฉันทามติในสังคม ดังนั้น การแก้ไขปัญหาจำเป็นต้องใช้มาตรการในการตรวจสอบข้อเท็จจริง และส่งเสริมทักษะรู้เท่าทันสื่อในหมู่ประชาชน เพื่อป้องกันการตกเป็นเหยื่อของการเผยแพร่ข้อมูลเท็จและเสริมสร้างการสร้างฉันทามติในสังคม

6. ข้อสรุป

จากการศึกษา “ข่าวนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ ไม่ได้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด” พบว่าการโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่เพียงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนผลประโยชน์ทางการเมือง แต่ยังส่งผลกระทบต่อโครงสร้างที่ลึกซึ้งต่อสังคมไทย โดยเฉพาะในช่วงเวลาทางการเมืองที่เปราะบาง เช่น การเลือกตั้งใน พ.ศ. 2566 กระบวนการนี้แสดงให้เห็นถึงการบิดเบือนข้อเท็จจริงเพื่อสร้างความเข้าใจผิดในหมู่ประชาชน และกระตุ้นให้เกิดความขัดแย้งทางการเมืองและการแบ่งขั้วทางสังคมในระดับที่รุนแรงขึ้น เริ่มต้นด้วยการสร้างข้อความที่มีลักษณะกระตุ้นอารมณ์หรือเนื้อหาที่มีความอ่อนไหว โดยอาศัยช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอัลกอริทึมคัดเลือกข้อมูลตามความสนใจของผู้ใช้ ส่งผลให้ข้อมูลที่เผยแพร่ส่วนใหญ่สะท้อนมุมมองเดิมของผู้รับสารเท่านั้น การสร้างพื้นที่ปิดในลักษณะนี้ไม่เพียงเสริมสร้างความเชื่อที่ผิดพลาดในหมู่ประชาชน แต่ยังช่วยลดโอกาสในการตรวจสอบข้อเท็จจริงหรือรับรู้ข้อมูลที่หลากหลาย การบิดเบือนข้อมูลในกรณีข่าวเท็จเกี่ยวกับนายพิธา ลิ้มเจริญรัตน์ เป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงการใช้กลยุทธ์ผสมผสานข้อมูลจริงบางส่วนกับข้อมูลเท็จ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของเนื้อหา เช่น การตีความคำว่า “school” ในบริบทที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ข้อความลักษณะนี้ถูกเผยแพร่ซ้ำโดยเครือข่ายผู้ใช้งานที่มีอคติยืนยันความเชื่อเดิม และขาดการตั้งคำถามต่อข้อมูลที่ได้รับ นอกจากนี้ การบิดเบือนข้อมูลยังนำไปสู่ความขัดแย้งทางการเมือง โดยกระตุ้นให้ประชาชนแบ่งแยกตัวออกเป็นกลุ่มความคิดเห็นที่ขัดแย้งกันอย่างชัดเจน

ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงโครงสร้างของสื่อดิจิทัลในสังคมไทยที่เอื้อต่อการแพร่กระจายข้อมูลเท็จอย่างรวดเร็ว เกิดกับกลุ่มเป้าหมายที่ขาดความรู้เท่าทันสื่อ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุหรือกลุ่มที่มีความเชื่อทางการเมืองฝังรากลึก การรับข้อมูลเพียงด้านเดียวหรือการขาดการตรวจสอบข้อเท็จจริงทำให้กลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ตกอยู่ในสภาวะที่ง่ายต่อการถูกชักจูง เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหานี้ จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในหมู่ประชาชนผ่านการศึกษาและการรณรงค์ เช่น การสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูล การตั้งคำถามต่อข้อมูลที่ได้รับ และการเปิดรับมุมมองที่หลากหลาย นอกจากนี้ การตรวจสอบข้อเท็จจริง และการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องผ่านสื่อกระแสหลักและสื่อดิจิทัล

กรณีศึกษาชี้ให้เห็นว่า การแก้ไขปัญหามหาการบิดเบือนข้อมูล จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชน และองค์กรภาคประชาสังคม การออกแบบนโยบายที่ส่งเสริมความโปร่งใสของสื่อสังคมออนไลน์ ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณ (critical thinking) และการสร้างวัฒนธรรมการตั้งคำถามในสังคม สามารถช่วยลดผลกระทบเชิงลบจากข้อมูลเท็จ และเสริมสร้างความไว้วางใจในระบบการเมืองและสื่อสารมวลชน ซึ่งการสร้างระบบนิเวศสื่อที่โปร่งใสและมีความรับผิดชอบเป็นสิ่งสำคัญในยุคดิจิทัล และความร่วมมือในระดับนโยบายและการปฏิบัติระหว่างทุกภาคส่วนจะช่วยลดผลกระทบโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคมในระยะยาว

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอสำหรับการศึกษาในอนาคต

7.1.1 การศึกษาเปรียบเทียบกรณีการโฆษณาชวนเชื่อในบริบทการเมืองโลกและการเมืองไทย

ควรศึกษาที่เปรียบเทียบลักษณะและกลยุทธ์ของการโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จในบริบทการเมืองระดับโลกกับบริบทการเมืองไทย การศึกษาในลักษณะนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างและความคล้ายคลึงในเชิงวัฒนธรรม การสื่อสาร และวิธีการเผยแพร่ข้อมูลเท็จในแต่ละบริบท ข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทไทย เพื่อควบคุมและลดการแพร่กระจายข้อมูลเท็จในสื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.1.2 การทำงานของอัลกอริทึมและผลกระทบต่อปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อน

ควรมีการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการทำงานของอัลกอริทึมในแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ (หรือเอ็กซ์) ว่าอัลกอริทึมเหล่านี้ส่งผลต่อการคัดกรองและแสดงเนื้อหาอย่างไร โดยเฉพาะในบริบทที่สร้างและขยายปรากฏการณ์ห้องเสียงสะท้อน การวิจัยในลักษณะนี้จะช่วยทำความเข้าใจว่าเทคโนโลยีมีบทบาทในการเสริมสร้างหรือขยายข้อมูลเท็จและข้อมูลที่บิดเบือนได้อย่างไร รวมถึงแนวทางการปรับปรุงอัลกอริทึมเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องและรอบด้าน

7.1.3 ผลกระทบของการโฆษณาชวนเชื่อต่อกลุ่มเปราะบาง

ควรมีการวิเคราะห์ผลกระทบของการโฆษณาชวนเชื่อด้วยข้อมูลเท็จในกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุ เยาวชน หรือผู้ที่มีความเชื่อทางการเมืองฝังลึก การวิจัยควรเจาะลึกถึงพฤติกรรมการรับข้อมูล การตอบสนองต่อข้อมูลเท็จ และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องของกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ ผลลัพธ์ของการศึกษาอาจนำไปสู่การพัฒนามาตรการป้องกันที่เหมาะสม เช่น การให้ความรู้เท่าทันสื่อ หรือการพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยตรวจสอบข้อมูล

7.1.4 การวิเคราะห์กฎหมายและนโยบายเพื่อจัดการกับข้อมูลเท็จ

ควรมีการวิเคราะห์กฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลเท็จและข้อมูลที่บิดเบือน รวมถึงความร่วมมือระหว่างแพลตฟอร์มดิจิทัล องค์กรสื่อ และหน่วยงานภาครัฐ การศึกษานี้จะช่วยระบุช่องว่างในกฎหมายและนโยบายที่มีอยู่ รวมถึงพัฒนาแนวทางใหม่ในการสร้างระบบตรวจสอบ แก้ไข และป้องกันการโฆษณาชวนเชื่ออย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางดังกล่าวควรรวมถึงกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนเพื่อให้การจัดการข้อมูลเท็จเป็นไปอย่างยั่งยืน

7.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับกิจการสื่อสารดิจิทัล

7.2.1 พัฒนากฎหมายและมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

การพัฒนากฎหมายและมาตรการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลถือเป็นรากฐานสำคัญของการจัดการกับข้อมูลเท็จในยุคดิจิทัล ในปัจจุบัน การเผยแพร่ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์มักเต็มไปด้วยความลำเอียงและการบิดเบือน โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมือง การสร้างกฎหมายที่กำกับดูแลการเผยแพร่เนื้อหา เช่น การห้ามใช้ข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคลอื่นในทางที่ผิดหรือการเผยแพร่ข้อมูลโดยปราศจากการยืนยันข้อเท็จจริง จะช่วยลดปัญหาข้อมูลเท็จที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ นอกจากนี้ การกำหนดมาตรฐานการนำเสนอข่าว เช่น การห้ามพาดหัวข่าวที่บิดเบือนหรือการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวที่อาจชักจูงประชาชนในเรื่องการเมือง จะช่วยเพิ่มความโปร่งใสและลดผลกระทบเชิงลบจากการโฆษณาชวนเชื่อในสื่อดิจิทัล การควบคุมเหล่านี้ไม่เพียงป้องกันการเผยแพร่ข้อมูลเท็จ แต่ยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับระบบการสื่อสารในสังคม

7.2.2 การเผยแพร่ข้อมูลและสร้างความตระหนักรู้ในสังคม

การสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับข่าวเท็จและการบิดเบือนข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สำคัญ รัฐบาลและองค์กรเอกชนควรสนับสนุนการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับวิธีแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องจากข้อมูลเท็จ รวมถึงส่งเสริมการใช้สื่อดิจิทัลอย่างสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาคอนเทนต์ที่เน้นการให้ความรู้และสร้างความตระหนัก เช่น การณรงค์ผ่านแคมเปญในสื่อสังคมออนไลน์ การสนับสนุนคอนเทนต์ครีเอเตอร์ (content creators) ที่ผลิตเนื้อหาเกี่ยวกับการตรวจสอบข้อเท็จจริง และการสอนให้ประชาชนตั้งคำถามต่อแหล่งข้อมูลที่ตนเองได้รับ การให้ความรู้เหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งเป็นเกราะป้องกันที่สำคัญในการลดผลกระทบจากการโฆษณาชวนเชื่อ และทำให้ประชาชนมีวิจารณญาณในการรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7.2.3 สร้างกลไกตรวจสอบและจัดการข้อมูลเท็จ

การตรวจสอบและจัดการกับข้อมูลเท็จเป็นขั้นตอนสำคัญที่ช่วยลดผลกระทบจากการเผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือน รัฐบาลและแพลตฟอร์มออนไลน์ควรพัฒนากลไกในการตรวจสอบข้อมูล เช่น การสร้างระบบ fact-checking ที่สามารถระบุและจัดการกับข่าวเท็จได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกรณีที่เนื้อหาดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อประชาชนหรือกระทบต่อความมั่นคงของชาติ นอกจากนี้ การลบข้อมูลเท็จและการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องแทนที่ควรทำอย่างทันท่วงที เพื่อป้องกันการเข้าใจผิดที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งหน่วยงาน เช่น กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต ควรมีบทบาทในการสนับสนุนการดำเนินการเหล่านี้ เพื่อให้การตรวจสอบข้อมูลเท็จมีความครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

7.2.4 การบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน

การจัดการกับข้อมูลเท็จในยุคดิจิทัลต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรระหว่างประเทศ รัฐบาลควรทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ (หรือเอ็กซ์) ฯลฯ เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการกับข้อมูลเท็จที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์ (เอไอ) (Artificial Intelligence: AI) ที่สามารถช่วยตรวจสอบและระบุข้อมูลเท็จได้อย่างรวดเร็ว การบูรณาการเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดการแพร่กระจายของข่าวเท็จ แต่ยังช่วยสร้างมาตรฐานใหม่ในการสื่อสารดิจิทัลที่โปร่งใสและน่าเชื่อถือ

7.2.5 การส่งเสริมความโปร่งใสในการสื่อสาร

ความโปร่งใสเป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารในยุคดิจิทัล รัฐบาลและองค์กรสื่อควรมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการเผยแพร่ข้อมูล เช่น การรายงานข้อเท็จจริงอย่างเป็นกลาง และการหลีกเลี่ยงอคติในเนื้อหาข่าวสาร นอกจากนี้ การเผยแพร่ข้อมูลที่โปร่งใส เช่น การเปิดเผยแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการตรวจสอบข่าว จะช่วยสร้างความไว้วางใจให้กับประชาชนและลดโอกาสที่ข้อมูลเท็จจะถูกเผยแพร่ในวงกว้าง การส่งเสริมความโปร่งใสนี้ยังช่วยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบข้อเท็จจริง และส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการสื่อสารที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

รายการเอกสารอ้างอิง

- จุฬารัตน์ เอื้ออำนวย. (2502). *จิตวิทยาสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไทยโพสต์. (2566, 17 พฤษภาคม). ยีนกต.สอบเพิ่ม ‘พิธา’พ้นสมาชิก จบฮาร์วาร์ดไหน. <https://www.thaipost.net/one-newspaper/379644/>
- นันทนา นันทวโรภาส. (2557). *สื่อสารการเมือง: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้* (พิมพ์ครั้งที่ 1). แมสมีเดีย.
- ปณิศา เอ็มโอชา. (2566, 23 พฤษภาคม). หัวหน้าพรรคก้าวไกลถูกกล่าวอ้างอย่างผิด ๆ ว่า “ไม่ได้จบจากฮาร์วาร์ด”. AFP Fact Check Thailand. <https://factcheckthailand.afp.com/doc.afp.com.33FW8VX>
- ประภาส ปิ่นตบแต่ง. (2558). กรอบการวิเคราะห์การเมืองแบบกลุ่มผลประโยชน์: พัฒนาการ ข้อถกเถียง และสถานภาพการศึกษาวิจัย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 41(2), 1-18. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/131937>
- พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (2563, 8 ธันวาคม). ความซับซ้อนของข่าวลวง. มติชน. https://www.matichon.co.th/columnists/news_2475892
- พิรงรอง รามสูต. (2564, 28 กรกฎาคม). *วาทกรรมเฟกนิวส์กับบรรยากาศแห่งความ(ไม่)กลัว*. The 101. <https://www.the101.world/disinformation/>
- ภักพล เจริญเทพ. (2565, 29 สิงหาคม). *การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ Digital media creation on social networks*. ระเบียบวรรณป็นสาระ. <https://library.wu.ac.th/km/การสร้างสรรค์สื่อดิจิทัล/>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2565). *เอกสารการสอนชุดวิชาสถาบันและกระบวนการทางการเมืองไทย = Thai political institutions and processes* (ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 3). โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมควร กวียะ. (2539). *การสื่อสารมวลชน: บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบ*. สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- สมคิด พุทธศรี. (2561, 7 พฤษภาคม). ‘computational propaganda’ ภัยคุกคามใหม่ของประชาธิปไตย. The 101 World. <https://www.the101.world/computational-propaganda/>
- สำนักงาน กสทช. (2566). *จริยธรรมสื่อกับการจัดการข่าวลวงในสภาวะวิกฤต*. สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.). <https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/660600000003.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2559). *ผลประโยชน์ทับซ้อน*. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. https://hss.moph.go.th/fileupload_doc_slider/2016-11-17--252.pdf
- สิทธิพงศ์ อุรวาทิน. (2565, 29 พฤศจิกายน). ‘Echo Chamber’ เราต่างมีกะลาคนละใบ...ที่เข้าใจว่าเป็นโลกกว้าง. The Potential. <https://thepotential.org/social-issues/echo-chamber-2/>
- Bjola, C. (2018). The Ethics of Countering Digital Propaganda. *Ethics & International Affairs*, 32(3), 305-315. <https://doi.org/10.1017/S0892679418000436>

- Buckingham, D. (2007). Digital Media Literacies: Rethinking Media Education in the Age of the Internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43–55. <https://doi.org/10.2304/rcie.2007.2.1.43>
- Cambridge University Press. (n.d.). *Echo chamber*. Cambridge Dictionary. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/echo-chamber>
- Edelstein, A. S. (1997). *Total Propaganda From Mass Culture To Popular Culture*. Routledge.
- Ellul, J. (1973). *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. Vintage Books.
- Ghazali, N. A., Lafortune, E., Mohamed Latiff, M. K., Limjaroenrat, P., & Whitesides, E. (2011). *Thailand Automotive Cluster*. Institute for Strategy and Competitiveness. https://www.isc.hbs.edu/Documents/resources/courses/moc-course-at-harvard/pdf/student-projects/Thailand_Automotive_2011.pdf
- Harvard Kennedy School. (2016). *Harvard Kennedy School magazine Winter 2016*. https://www.hks.harvard.edu/sites/default/files/magazine/archives/winter_2016.pdf
- Howard, P. N., Ganesh, B., Liotsiou, D., Kelly, J., & François, C. (2018). *The IRA, Social Media and Political Polarization in the United States, 2012-2018*. Project on Computational Propaganda. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/12/The-IRA-Social-Media-and-Political-Polarization.pdf>
- Kress, G. R., & van Leeuwen, T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. Arnold.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- MarketThink. (2023, May 17). รู้จัก Harvard และ MIT สองมหาวิทยาลัยระดับโลกที่ ทีม พิธา เป็นศิษย์เก่า [แบบรูปภาพ] [Facebook post]. Facebook. <https://www.facebook.com/share/p/w1o3woaETj83K81N/>
- Müller, N. (2023). Relações Públicas e Ativismo Feminista: Persuasão Estratégica Consensual ou Propaganda?. *Revista Comunicando*, 12(1), e023009. <https://doi.org/10.58050/comunicando.v12i1.303>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. News Literacy Initiative - Penn State. https://newsliteracy.psu.edu/assets/uploads/documents/Digital_News_Report_2022.pdf
- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175–220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>

- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. Penguin Books.
- PPTV Online. (2024, August 21). บทบาทใหม่ "พิธา" Visiting Democracy Fellow คืออะไร. PPTV HD36. <https://www.pptvhd36.com/news/การเมือง/230938>
- Ranney, A. J. (1993). Political communication: A perspective on the role of the media in political processes. In G. A. Barnett (Ed.), *Communication and the Politics of the Environment* (pp. 142-143). Lawrence Erlbaum Associates.
- Rokeach, M. (1960). *The open and closed mind*. Basic Books.
- Sompson, G. E., & Yinger, J. M. (1965). *Racial and cultural minorities* (3rd ed.). Harper & Row.
- Sparkes-Vian, C. (2018). Digital Propaganda: The Tyranny of Ignorance. *Critical Sociology*, 45(3), 393-409. <https://doi.org/10.1177/0896920517754249>
- Sunstein, C. R. (2018). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton University Press.
- Syed, M. (2019). *Rebel Ideas: The Power of Diverse Thinking*. John Murray.
- Tanakasempipat, P. (2024, August 20). *Thailand's Pita to Return to Harvard Following 10-Year Political Ban Order*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-08-20/thailand-s-pita-to-return-to-harvard-following-10-year-political-ban-order>
- Taveira, R., & Nyerges, A. (2016). Introduction: Populism and Propaganda in the US Culture Industries. *Australasian Journal of American Studies*, 35(1), 3-10. <https://www.jstor.org/stable/44779768>
- Thomas, C. S. (2024, September 16). *Types of interests and interest groups*. Encyclopaedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/interest-group/Types-of-interests-and-interest-groups>
- Wang, C. (2023, May 17). ข้อกล่าวอ้างว่าพิธาไม่ได้จบจากฮาร์วาร์ด “ชวนให้เข้าใจผิด” [Fact-check article]. Fact Crescendo Thailand. <https://thailand.factcrescendo.com/the-claim-that-pita-did-not-graduate-from-harvard-is-misleading/>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making (August 2018 version)*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77>