

พลังโซเชียลมีเดียกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในปัจจุบัน

THE POWER OF SOCIAL MEDIA AND THE POLITICAL CHANGES

1. สุรศักดิ์ ศรีธรรมกุล, 2. นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์*

1. Surasak Srithammakul, 2. Nalaumon Anusonphat

1., 2. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

1., 2. Phra Nakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Thailand

*Corresponding Author E-mail : analaumon@aru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์มุ่งนำเสนอพลังโซเชียลมีเดียกับปรากฏการณ์เสียงสะท้อนความคาดหวังทางการเมืองในปัจจุบัน พบว่า 1) พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองปัจจุบันทำให้ประชาชนเชื่อมต่อกันได้ตลอดเวลา กระแสในสื่อโซเชียลก่อให้เกิดพลังผลักดัน และมีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น โดยได้รับการสื่อสารทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากขึ้น 2) พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนความคาดหวังทางการเมืองจากนักการเมืองโดยนักการเมืองสามารถแสดงตัวตน เพื่อการหาเสียงทางการเมือง พลังโซเชียลมีเดียสะท้อนความคาดหวังของประชาชนให้หันมาใช้วินัยเชิงบวกและจิตปัญญาศึกษาในบ้าน เช่น การให้ความรู้รวมถึงกิจกรรมการเลือกตั้งกับคนในครอบครัว ตลอดจนซึมซับเอาวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น พลังโซเชียลมีเดียสะท้อนการทำงานของรัฐบาลจากประชาชน 3) พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยการปลดล็อกขีดจำกัดของพลังประชาชนธรรมดาในการออกความคิดเห็นอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ยังคงมีอยู่ในกลุ่มเยาวชนที่แสดงความคิดเห็นต่าง และจุดยืนที่แตกแยกทางการเมือง

โดยก่อนการเลือกตั้งมักมีสัญญาณต่าง ๆ ทางการเมืองเกิดขึ้นทั้งในโลกแห่งความจริง และโลกโซเชียลมีเดียที่มีการรวมพลังทั้งจากฝ่ายการเมือง และฝ่ายสนับสนุนของแต่ละพรรค นอกจากนี้ยังพบความเท็จที่ถูกเผยแพร่อยู่ในกลุ่มของแพลตฟอร์มต่าง ๆ บนโซเชียลมีเดียมักจะกลายเป็นความจริงที่เชื่อกันเฉพาะกลุ่ม เพราะสมาชิกแต่ละคนภายในกลุ่มต่างเชื่อข้อมูลซึ่งกันและกันมากกว่าการอ้างอิงสื่อกระแสหลัก อันเป็นผลมาจากอคติในกลุ่มที่เกิดขึ้นจากการยืนยันของสมาชิกภายในกลุ่ม และหากความจริงลวงตาเหล่านี้เป็นเรื่องอ่อนไหวทางการเมือง และชักนำไปในทางที่ไม่ถูกต้อง จะทำให้ผลลัพธ์ทางการเมืองบิดเบี้ยวไป

คำสำคัญ : 1. พลังโซเชียลมีเดีย; 2. ปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมือง; 3. ความคาดหวังทางการเมือง

ABSTRACT

This article aimed to present the power of social media and the phenomena that reflect current political expectations. It is found that 1) The power of social media is a phenomenon that reflects political changes. Nowadays, people are connected at all times. Trends on social media create momentum. and plays an important role in political change People are more involved in politics. By receiving communication, people are more aware of

political information. 2) The power of social media is a phenomenon of echoing political expectations from politicians. Politicians can express themselves. for political campaigning The power of social media reflects people's expectations to use positive discipline and mental education in the home, such as providing knowledge and election activities to family members. as well as absorbing political culture and greater political participation The power of social media reflects the work of the government from the people. 3) The power of social media is a phenomenon that reflects politics in a democracy. By unlocking the limits of the power of ordinary people to express their opinions widely and quickly. There are still youth groups that express different opinions. and politically divisive positions Before an election, there are often various political signals occurring in the real world. and the world of social media where there is a combination of power from both political parties and the support of each party Moreover, it has been found that falsehoods spread among various platforms on social media often become the truth that only certain groups believe. This is because each member within the group believes each other's information more than the mainstream media. This is the result of group bias that arises from the assertions of members within the group. And if these false truths are politically sensitive and lead in the wrong direction It will distort the political results.

Keywords: 1. Social media power; 2. Phenomenon of political resonance; 3. political expectations

บทนำ

การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ทางการเมืองนั้น กำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มการเมืองต่าง ๆ เป็นอย่างยิ่ง การสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อโซเชียลมีเดียมีข้อดีหลากหลายประการ ประกอบด้วย ต้นทุนต่ำสะดวกรวดเร็ว (Vedel, 2003) การใช้สื่อโซเชียลมีเดียสื่อสารทางการเมืองว่า เป็นการแลกเปลี่ยนทั้งการเขียนและการพูดโน้มน้าวชักจูงใจในทางการเมือง (McNair, 1995) สื่อโซเชียลมีเดียการเมือง เป็นการใช้สื่อเพื่อสื่อสารการตีความประเด็นสาธารณะในทางการเมืองเพื่อหวังแรงสนับสนุนในทางการเมือง (Froehlich & Rudiger, 2006) สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเครื่องมือที่พรรคการเมืองใช้ในการเผยแพร่นโยบาย ข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลอื่น ๆ เพื่อหวังว่าจะได้รับคะแนนเสียงมากขึ้น (Moloney & Colmer, 2001) สื่อโซเชียลมีเดียสามารถช่วยปกปิดสิ่งที่พรรคการเมืองไม่ต้องการให้สาธารณชนได้รับรู้อีกด้วย (Brissenden & Moloney, 2005) ผลของการเลือกตั้งปี 2566 สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองหลายประการ โดยสื่อโซเชียลมีเดียเข้ามามีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งในครั้งนี้ ได้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงไปของภูมิทัศน์การเมืองไทยอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน โดยข้อมูลจากคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่ามีผู้เข้ามาใช้สิทธิเลือกตั้งครั้งนี้กว่าร้อยละ 75 ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนผู้ใช้สิทธิที่สูงที่สุดเท่าที่เคยมีมา แสดงให้เห็นถึงความสนใจและความกระตือรือร้นของประชาชนในการออกมาใช้สิทธิของตนเองที่ไม่ใช่เพียงการทำตามหน้าที่ความเป็นพลเมืองที่ระบุในรัฐธรรมนูญเท่านั้น แต่เป็นการแสดงออกถึงความต้องการการเปลี่ยนแปลงผ่านการเข้าคูหาเลือกตั้งปฏิเสธไม่ได้เลยว่า “สื่อโซเชียล” เข้ามามีบทบาท และอิทธิพลต่อการรับรู้และมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ทั้งก่อนและหลังเลือกตั้งรวมไปถึงช่วงการหาเสียงของพรรคการเมือง เรียกได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยจุดกระแสการเลือกตั้ง จากข้อมูลสถิติการใช้สื่อโซเชียลเก็บข้อมูลโดย DXT360

แพลตฟอร์มติดตามข่าวสารและเสียงของผู้บริโภคของบริษัท Dataxet ในช่วง 16 เมษายน – 15 พฤษภาคม 2566 ที่ผ่านมา พบว่า TikTok เป็นแพลตฟอร์มที่มีการเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ระหว่างพรรคการเมืองหรือผู้ลงสมัครกับประชาชนมากที่สุด โดยที่ TikTok มียอดการมีส่วนร่วมประมาณ 186 ล้านครั้ง รองลงมาเป็นเฟซบุ๊กอยู่ที่ 54 ล้านครั้ง และทวิตเตอร์ 45 ล้านครั้ง รวมไปถึงการสร้างคอนเทนต์ใหม่เพื่อสนับสนุนพรรคการเมืองต่าง ๆ สื่อโซเชียลกับการเมืองช่วยสร้างกระแส ช่วยกระตุ้นความรู้สึกอยากออกไปเลือกตั้ง การใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเหรียญสองด้าน ต้องเลือกจึงใช้อย่างระมัดระวัง และเลือกใช้อย่างเกิดประโยชน์ (ปฐวิญญ์ วัฒนสุข, 2566)

ตามการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2015 ระบุว่ามีคนเข้าถึงอินเทอร์เน็ตถึง 60% และเข้าถึงโทรศัพท์มือถือถึง 90% และจากการสำรวจของ Asia Foundation การพลิกผันของการเมืองคือการเปลี่ยนแปลงสำคัญต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองบนโลกออนไลน์ ให้คำตอบตรงกับรายงานของ Global Digital Report 2021 ระบุว่าคนไทยใช้โซเชียลมีเดียเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยคิดเป็น 78% ของทั้งหมด การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดการกระจายข้อมูลหลากหลายมากขึ้น เป็นเพราะเทคโนโลยีที่ทำให้คนสนใจการเมือง เพราะการตื่นตัวการเมืองเริ่มมาจากความเปลี่ยนแปลงทางสังคม เมื่อแนวคิดของคนในสังคมที่เปลี่ยนไป โซเชียลมีเดียเข้ามาทำให้เสียงหรือความเปลี่ยนแปลงนี้เห็นภาพได้ชัดเจนมากขึ้น จุดสำคัญที่เป็นจุดเปลี่ยนของการใช้สื่อโซเชียลเพื่อเล่นการเมืองเพิ่มมากขึ้น คือ การเริ่มต้นใช้สื่อโซเชียลเพื่อหาเสียงของพรรคคอนาคตใหม่ มีการใช้สื่อโซเชียลหลายแพลตฟอร์มเป็นสื่อหลักของการมีส่วนร่วมทางการเมืองไม่ใช่แค่เฟซบุ๊ก แต่มีทั้งทวิตเตอร์ ยูทูบ และอื่น ๆ จากเมื่อก่อนที่คณะกรรมการประชาชนเพื่อการเปลี่ยนแปลงปฏิรูปประเทศไทยให้เป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์แบบอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขใช้เฟซบุ๊กเป็นส่วนใหญ่เพื่อตอบสนองความคาดหวังของประชาชนด้านการเมือง (สุชาติรัตน์ พรหมสีใหม่, 2566)

การใช้โซเชียลมีเดียเพื่อตอบสนองความคาดหวังทางการเมืองเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน พื้นฐานที่สำคัญคือ ต้องรับผิดชอบต่อการแสดงออกของตน ความรับผิดชอบนั้นตกอยู่กับผู้ทำการแสดงออกที่ต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบของตนเองในทางการเมือง ความสำคัญอย่างหนึ่งของโซเชียลมีเดียคือ การเปิดพื้นที่การเมืองทำให้ประชาชนมีการแสดงออกทางการเมือง เนื่องจากสามารถเข้าถึงพื้นที่ในการแสดงออกของตนได้มากขึ้น แต่กระนั้นเสรีภาพในการแสดงออกควรมีข้อจำกัดหรือไม่อย่างไร ดังเช่น free speech ที่ควรพิจารณาควบคู่ด้วยว่า ใครเป็นผู้นำเสนอและนำเสนอแบบใด เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อวงกว้างอีกทั้งถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองด้วย การใช้โซเชียลมีเดียของผู้ทรงอิทธิพลคนใด ๆ ย่อมส่งผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นโดยส่งผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดหรือพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากเป็นบุคคลสำคัญของโลก การใช้งานโซเชียลมีเดียจะต้องมีการระมัดระวัง เนื่องจากอาจส่งผลกระทบต่อประชาคมโลกที่อาจก่อให้เกิดการปะทะทางการเมือง หรืออาจก่อความไม่สงบ ความรุนแรง ความเกลียดชัง ขาดการควบคุม แยกแยะ และไตร่ตรองข้อเท็จจริง โดยเฉพาะทางการเมืองในช่วงเลือกตั้ง (บงกช ดารารัตน์, 2566)

แต่ในปัจจุบันโซเชียลมีเดียในทุกมิติ ตั้งแต่การปลุกปั่น การสร้างความแตกแยกในสังคม เลย์ไปจนถึงผลกระทบต่อสุขภาพจิต โดยเฉพาะประเด็นเชิงการเมืองและสังคม ดังเช่นเหตุการณ์ที่ได้รับความสนใจไปทั่วโลก การประท้วงทั่วตะวันออกกลาง ที่ใช้เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ในการปลุกระดมคน ‘Occupy Wall Street’ การประท้วงสถาบันการเงินในสหรัฐฯ ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากอาหารบิสปริง และการ ‘ปฏิวัติร่ม’ ในฮ่องกงที่ใช้แอปพลิเคชันและเทเลแกรมเป็นช่องทางการสื่อสารหลักของผู้ชุมนุม เมื่อเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีความแข็งแกร่งมากขึ้น เกิดการเชื่อมต่อ Network Society คนทุกภาคส่วนเห็นพลังของโซเชียลมีเดีย จึงใช้ประโยชน์กับสิ่งที่ตัวเองสนใจ (พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์ และคณะ, 2562; อติสรณ์ อันสงคราม,

2556) ด้วยพลวัตโลก การรับรู้เท่าทันสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่ใกล้ตัวมากขึ้น พลังของอินเทอร์เน็ตที่สร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ทำลายวิถีชีวิตทำให้การใช้ประโยชน์จากโซเชียลมีเดียมีมากขึ้น จากประเด็นการเมือง ปรากฏการณ์ที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าพลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนความคาดหวังทางการเมืองในปัจจุบัน (Charles, 2566)

จากความเป็นมาและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนจึงมุ่งหวังนำเสนอพลังโซเชียลมีเดียกับปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนความคาดหวังทางการเมืองในปัจจุบัน ได้แก่ พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนความคาดหวัง และพลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ดังนี้

พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

สมาร์ทโฟนและสื่อโซเชียลมีเดียยุคดิจิทัลทำให้ประชาชนเชื่อมต่อกันได้ตลอดเวลา กระแสในสื่อโซเชียลก่อให้เกิดพลังผลักดันในหลายเหตุการณ์ สื่อโซเชียลมีเดียมีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ผลแพ้ชนะการเลือกตั้งบางครั้งทำให้ผู้แพ้กลายเป็นผู้ชนะได้ในชั่วข้ามคืน เสรีภาพในการแสดงออกทางการเมืองถูกปิดกั้นในอดีต แต่ปัจจุบันสื่อโซเชียลมีเดียถือเป็นช่องทางช่องทางการมีส่วนร่วมทางการเมืองได้อย่างดี สื่อโซเชียลทำให้ประชาชนอยู่ด้วยความจริงมากขึ้น เพราะมีการตรวจสอบสอดส่องพฤติกรรมการเมืองตลอดเวลา สมาร์ทโฟนเปรียบเสมือนกล้องซีซีทีวีเคลื่อนที่ การกระทำผิดทางการเมืองอาจถูกบันทึกเป็นหลักฐานได้ตลอดทำให้การกระทำผิดในสังคมน้อยลงในปัจจุบัน เพราะต้องระวังตัวมากขึ้น รวมถึงนักการเมืองต้องระวังตัวมากขึ้นเช่นกัน สื่อโซเชียลมีเดียทำให้ประชาธิปไตยเป็นประชาธิปไตยโดยตรงของทุกคน เพราะทุกคนสามารถมีส่วนร่วมมากขึ้น และปัจจุบันการชุมนุมก็ง่ายกว่าในอดีต การมีสื่อโซเชียลทำให้เกิดการตั้งคำถาม และการตรวจสอบทางสังคมได้ง่าย ทำให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมแชร์ข้อมูลต่อกัน พลังโซเชียลสามารถเปลี่ยนแปลงการเมืองไทยได้ เพราะเรื่องของการเมืองเป็นการต่อสู้ทางความคิดที่อิงกับข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับ เพราะฉะนั้นเมื่อรูปแบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนไป ความเปลี่ยนแปลงในหลายปีที่ผ่านมาทำให้สื่อโซเชียลกลายเป็นสนามต่อสู้ทางการเมือง ผู้สมัครเลือกตั้งอาจจะใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นเวทีหาเสียงแทนเวทีหาเสียงแบบดั้งเดิม ตัวอย่างพลังโซเชียลเปลี่ยนการเมืองไทย สร้างกระแส “ส้มทั่วไทย” กูรูดิจิทัลเผยก้าวไกล เกิดมาจากโซเชียลมีเดียตั้งแต่ตั้งพรรคอนาคตใหม่ ทำให้มีความเข้าใจเทคโนโลยี ทำงานเป็นระบบกระแสจุดติดตึงคนทุกกลุ่มเดอะเนน อินไซต์เอรา ซี โซเชียลมีเดียกลายเป็นช่องทางเข้าถึงทุกเพศทุกวัยพรรคก้าวไกลที่รับไม่ต่อมาจากพรรคอนาคตใหม่ สามารถกวาดเก้าอี้ ส.ส. 151 ที่นั่ง เป็นอันดับหนึ่ง ชัยชนะของ “ก้าวไกล” หลายพื้นที่สร้างความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยโซเชียลมีเดียการเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร รับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนไทยมากขึ้น สำหรับพรรคก้าวไกล ซึ่งได้รับการเลือกตั้งเข้ามาเป็นอันดับหนึ่งนั้น มีการในโซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางขับเคลื่อนนโยบาย (นาริรัตน์ แซ่เตียว, 2566)

พลังการใช้สื่อโซเชียลมีเดียช่วยให้มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ถือเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญและเป็นสื่อ เพราะสามารถในการเข้าถึงประชาชนอย่างรวดเร็ว ทำให้นักการเมืองสามารถสื่อสารข้อความต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง สามารถติดต่อกับผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ง่ายเพียงแค่มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตและ ทั้งยังเป็นเวทีให้ นักการเมืองได้มีส่วนร่วมกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้ง ช่วยสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือให้กับนักการเมืองได้เป็นอย่างมาก (Susan, 2019) ประหยัดค่าใช้จ่าย เมื่อเทียบกับวิธีการในอดีต การรณรงค์ทางโซเชียลมีเดียก็นั่นค่อนข้างประหยัด ประชาชนสามารถเข้าถึงการเมือง ปรับแต่งกลยุทธ์การรณรงค์ทางการเมือง และการมีส่วนร่วมกับผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งได้ และสนับสนุนผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้ (รีอคเก็ต, 2565) สื่อ

โซเชียลมีเดียทำให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลเนื้อหาที่โพสต์บนโซเชียลมีเดีย สามารถถูกใจ แชร์ และแสดงความคิดเห็น ทางการเมืองได้อย่างอิสระแต่อยู่บนขอบเขตของกฎหมาย (Viral) (Nerberry, 2022) ซึ่ง คันธีรา ฉายาวงศ์ (2564) กล่าวว่า พลังการใช้สื่อโซเชียลมีเดียทางการเมืองหรือการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน สื่อสังคมออนไลน์ช่วยเพิ่มพื้นที่ในการแสดงออก และการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมืองออนไลน์ (E-Participate) และเป็นช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง โดยมีผลต่อการแสดงออกทางการเมืองในโลกจริงโดยเฉพาะการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ความก้าวหน้าของการพัฒนาแอปพลิเคชันของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Applications) ทำให้ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถแสดงความคิดเห็นทางการเมือง แลกเปลี่ยนความเห็น และการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองบนโลกออนไลน์ได้โดยสะดวกมากขึ้น สื่อสังคมออนไลน์ยังช่วยให้มีการแลกเปลี่ยน (Sharing) ข้อความและรูปภาพที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมือง และการแสดงออกทางการเมืองอีกด้วย (Corpuz, 2013) สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย เช่น Facebook Twitter และ YouTube ล้วนนำมาใช้เป็นช่องทางหลักในแสดงความคิดเห็นหรือวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมืองได้ และยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองอีกด้วย

ปฏิบัติการร่วมกันของประชาชนพลเมืองมีเป้าประสงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมร่วมกัน พลังโซเชียลมีเดียคือการสื่อสารที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เป็นการแสดงพลังเพื่อการต่อต้านแบบรวมหมู่ (Collective action) หรือการปลุกกระตือรือร้นชวนให้คนออกมาเคลื่อนไหวทางการเมือง โซเชียลมีเดียเป็นตัวกลาง หรือมีเดียทางสังคม โซเชียลมีเดียในที่นี้จึงมีลักษณะเป็นพื้นที่ที่มีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมด้วยเหตุนี้แพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นพื้นที่ให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ได้ รูปแบบการแสดงออกที่พบเห็นได้บ่อยจนกลายเป็นเรื่องปกติใหม่ (New normal) ในปัจจุบัน คือ การลงชื่อลงนามผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ แพลตฟอร์มที่เปิดให้มีการรวบรวมรายชื่อออนไลน์เพื่อเรียกร้องในประเด็นสาธารณะจากพลังประชาชน อาจถือได้ว่าเป็นโซเชียลมีเดียรูปแบบหนึ่ง เพราะตัวแพลตฟอร์มเองมีเป็นพื้นที่ที่ทำให้มีการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมได้ ในบางประเทศอย่างในประเทศอังกฤษ รัฐบาลสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ขึ้นมาเพื่อให้ประชาชนสามารถลงชื่อเรียกร้องที่ต้องการให้มีการอภิปรายในสภาได้ (อัคนัฐ วรรณนะสมบัติ, 2566)

การใช้โซเชียลมีเดียทางการเมืองอยู่บนพื้นฐานที่สำคัญ คือ ต้องมีความรับผิดชอบต่อการแสดงออกของตนเอง ต้องยอมรับและรับผิดชอบการกระทำของตนเองจากการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของโซเชียลมีเดีย คือ การเปิดประเด็นในการให้ข้อมูลข่าวสารบนโซเชียลมีเดียทางการเมือง จะทำให้ประชาชนมีการแสดงออกทางการเมือง ผู้ที่นำเสนอข้อมูลข่าวสารบนโซเชียลมีเดียจะต้องยอมรับการแสดงความคิดเห็นเช่นกัน และอาจส่งผลกระทบในวงกว้างอีกทั้งถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองด้วย ไม่ว่าจะเป็นการส่งผลกระทบต่อความรู้สึกและพฤติกรรมที่อาจก่อให้เกิดความรุนแรงทางการเมือง การใช้งานโซเชียลมีเดียจึงต้องมีความระมัดระวัง อาจก่อให้เกิดการปะทะทางการเมือง หรืออาจก่อความไม่สงบ ความรุนแรง ความเกลียดชัง ที่ไม่สามารถควบคุมได้

พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนความคาดหวังทางการเมือง

การใช้โซเชียลมีเดียทางการเมืองสะท้อนปรากฏการณ์เสี่ยงสะท้อนความคาดหวังของประชาชนจากนักการเมือง 4 ประการ คือ 1) สามารถทำให้รู้ถึงการเคลื่อนไหวทางการเมืองซึ่งกันและกันในแบบ Real time 2) นักการเมืองสามารถแสดงตัวตนและท่าทีทางการเมืองผ่านโซเชียลมีเดียได้อย่างไม่มีข้อจำกัดด้านสถานที่ เวลา โดยไม่ต้องพึ่งพาสื่อกระแสหลัก 3) สามารถขยายความสัมพันธ์กับผู้คนจากโลกออนไลน์สู่โลกออฟไลน์ได้ง่ายขึ้นเป็นการลดช่องว่างระหว่างนักการเมืองกับคนทั่วไป และ 4) นักการเมืองสามารถใช้

โซเซียลมีเดียเพื่อการหาเสียงทางการเมืองโดยอาศัยโซเซียลมีเดียผสมผสานกับกลไกทางการเมืองการตลาดสร้างกระแสความนิยม (เทียม)ทางการเมือง (Political astroturf movement) อย่างได้ผล (พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร , 2566) ปัจจุบันพลังโซเซียลมีเดียสะท้อนถึงปัจจัยระบบการเลี้ยงดูในหลายครอบครัวที่หันมาใช้วินัยเชิงบวก และจิตปัญญาศึกษาในบ้าน การให้ความรู้รวมถึงกิจกรรมการเลือกตั้ง กระแสสื่อโซเซียล กระแสการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งดนตรี หนังสือ แนวประชาธิปไตย การเมือง การรับรู้ความเคลื่อนไหวทางการเมือง ตลอดจนซึมซับเอาวัฒนธรรมทางการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ปรากฏการณ์ที่วัยรุ่นให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบปัจจุบันเป็นปรากฏการณ์ที่พ่อแม่รุ่นใหม่สนับสนุนในเรื่องการเมือง พลังโซเซียลมีเดียสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมือง (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, 2566)

พลังโซเซียลมีเดียสะท้อนการทำงานของรัฐบาลจากประชาชนที่อยู่ในสังคมเดียวกันบนโลกออนไลน์ เป็นสังคมออนไลน์ที่มีสมาชิกในสังคม การเมืองที่มีความแตกต่างหลากหลาย ปวงชนบุคคล เอกชน รัฐบาล ฐานะ อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา เพศและอีกมากมาย ความแตกต่างหลากหลายนี้อยู่รวมกันในสังคมเดียวกันได้อย่างไรไม่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลและการแชร์ข้อมูลทางการเมือง รัฐบาลกับประชาชนจึงสามารถรับรู้ข้อมูลทางการเมืองที่ต่างฝ่ายต่างแชร์ในโซเซียลมีเดีย การใช้พลังโซเซียลมีเดียของประชาชนสะท้อนถึงรัฐบาลที่ต้องจึงทำให้เห็นถึงความพยายามสื่อสารทางการเมืองของรัฐต่อประชาชนที่อาศัยความเป็นสังคมเดียวกันในโลกออนไลน์ที่มีความแตกต่างหลากหลายของสมาชิกในสังคม เพื่อสงวนวาทกรรมที่สร้างความนิยมทางการเมือง ในโซเซียลมีเดียสื่อสารการเมืองกับประชาชนผ่านเพจ เป็นวิธีการสื่อสารผ่านโซเซียลมีเดียที่แสดงถึงการปรับตัวของรัฐให้สอดคล้องกับโลกยุคสมัยปัจจุบัน รัฐไม่ได้เป็นผู้ควบคุมโซเซียลมีเดีย ดังเช่นการออกกฎหมายและการปิดกั้นการแสดงความคิดเห็นเหมือนที่ผ่านมา แต่รัฐเป็น “ผู้เล่น” ในโซเซียลมีเดียเหมือนกับผู้เล่นอื่น ๆ ในโลกออนไลน์ และเป็นผู้เล่นที่อยู่ในสถานะของรัฐบาล ทำให้เกิดการสร้างวาทกรรมที่นำไปสู่การสร้างคามนิยมทางการเมืองให้เกิดขึ้นได้บทบาทของรัฐกับโซเซียลมีเดียในอนาคต งานศึกษาเรื่องการโซเซียลมีเดียของรัฐบาลในการสร้างความนิยมทางการเมืองสามารถต่อยอดไปสู่การศึกษาเพื่อวิเคราะห์บทบาทของรัฐหรือการดำเนินนโยบายของรัฐในอนาคตได้เพราะงานศึกษานี้ได้แสดงให้เห็นว่ารัฐมีการปรับบทบาทให้สอดคล้องกับความเป็โลกาภิวัตน์ (วสุพรรณ ขวัญมงคล, 2563)

ความคาดหวังของประชาชนในการใช้พลังโซเซียลมีเดีย คือ คาดหวังพฤติกรรมของนักการเมืองในการปรับตัวในยุคสื่อโซเซียล จากเดิมที่ใช้การพบปะ การแจกแผ่นพับ ให้ผู้สนับสนุนตามงานในชุมชน การเปิดเวทีโฮปาร์ค การแนะนำตัวผ่านสถานีโทรทัศน์-วิทยุ การว่าจ้างบริษัทฯ ทำประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของพรรคและตัวนักการเมือง ปัจจุบันการขับเคลื่อนงานและกิจกรรมทางการเมืองเกิดจากการใช้โซเซียลมีเดีย ซึ่งนับว่าเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในขณะนี้ เพราะประชาชนส่วนใหญ่จะใช้โซเซียลมีเดียในชีวิตประจำวัน นักการเมืองจะต้องปรับเปลี่ยนตัวเอง เนื่องจากปัจจุบันประชาชนจำนวนมากใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารผ่านทางโซเซียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น ไลน์ ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เว็บไซต์ และอื่น ๆ เช่นกันหากนักการเมืองปรับตัวใช้โซเซียลได้ด้วยตัวเองจะทำให้เกิดความใกล้ชิดกับผู้สนับสนุนตลอดเวลาจากการพูดคุยโต้ตอบผ่านโซเซียลมีเดียได้ทันที บทบาทของโซเซียลมีเดียในฐานะเครื่องมือของนักการเมืองในการพัฒนาประเทศมีความสำคัญอย่างมากหากใช้ไปในทางที่สร้างสรรค์ จะเห็นได้จากสิ่งที่พรรคการเมืองจำนวนมากใช้โซเซียลมีเดียในการสื่อสารกับประชาชน ด้วยการเผยแพร่สิ่งที่จะทำทางการเมือง การเผยแพร่นโยบายพรรคโดยใช้ข้อความ หรือใช้วลีเฉพาะเจาะจงเพื่อดึงดูดให้ประชาชนจำนวนมากคล้อยตามและลงคะแนนให้ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบที่นักการเมืองแต่ละคนจะเลือกใช้ให้เหมาะสม หากใช้โซเซียลมีเดียในทางการเมืองอย่างสร้างสรรค์จะทำให้ประเทศได้รับการพัฒนา สิ่งสำคัญคือ การใช้

โซเชียลมีเดียสื่อสารจะตรงไปถึงประชาชน และเป็นลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two way communication) ซึ่งแตกต่างจากสื่ออื่น ๆ ที่เป็นลักษณะทางเดียว ไม่สามารถรับ feedback จากผู้รับสารได้ หรือหากรับได้ก็ไม่สะดวกมากนัก แต่หากนักการเมืองใช้โซเชียลมีเดียเพื่อทำลายล้างนักการเมืองฝ่ายตรงข้ามมากกว่าการชี้แจงแนวทางการทำงาน หรือนโยบายพรรค จะทำให้กระแสสังคมเกิดการต่อต้านในวงกว้างและผลที่ตามมาคือ นักการเมืองและพรรคการเมือง นั้น ๆ จะถูกดำเนินผ่านโซเชียลมีเดียจนนำไปสู่การยกเลิกให้การสนับสนุนทำกิจกรรมทางการเมืองในทุกรูปแบบ เพราะผู้รับสารสามารถตรวจสอบได้ว่าข้อมูลนั้นจริงหรือเท็จ (เสกสม แฉงจิต, 2561)

ดังนั้น ประชาชนในฐานะที่เป็นผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ต้องตระหนักถึงข้อจำกัด ข้อดี ข้อเสีย ของแพลตฟอร์ม รูปแบบต่าง ๆ ผู้ใช้โซเชียลมีเดีย ควรสร้างบรรยากาศใช้โซเชียลมีเดียทางการเมืองออนไลน์ที่สร้างสรรค์ ส่งเสริมการคิดเชิงสร้างสรรค์ทางการเมือง ไม่คาดหวังทางการเมืองมากเกินไป ส่วนภาครัฐนั้นก็ต้องปรับบทบาทของตนเองให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

ในช่วงกลางคริสต์ทศวรรษ 2000 แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ สะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยการปลดล็อกข้อจำกัดของพลังประชาชนธรรมดาในการออกความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว โจนาธาน ไฮต์ นักจิตวิทยาสังคมและอาจารย์แห่ง New York University (NYU) ชี้ว่า ปรากฏการณ์ข้างต้นไม่ได้ให้พลังเสียงของประชาชนอย่างเท่าเทียมกันจริง ตั้งแต่ปี 2009 มีกลุ่มที่ตักตวงผลประโยชน์จากโซเชียลมีเดียได้ ได้แก่ ผู้ที่มีความคิดเห็นทางการเมือง ผู้ชอบก่อวุ่น กลุ่มข่มขู่ และถูกโจมตีบนโลกออนไลน์ ประชาธิปไตยที่สมบูรณ์มักมีรากฐานจากสถาบันการเมืองที่มั่นคง การถ่ายทอดเรื่องราวร่วมกัน เครือข่ายที่กว้างขวางในสังคม และความเชื่อใจที่สูง แต่โซเชียลมีเดียกลับทำให้องค์ประกอบสำคัญเหล่านี้อ่อนแอ เห็นได้จากการเปลี่ยนแปลงจากความชะงักงันทางประชาธิปไตยในช่วงต้นทศวรรษ 2010 กลายเป็นวัฒนธรรมการโจมตีด้วยถ้อยคำและสาดโคลนกันอย่างเต็มรูปแบบตลอดเวลาเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ขึ้น จนทำให้สหรัฐอเมริกาที่มีระบอบประชาธิปไตยที่ไม่แข็งแกร่งและขาดความน่าเชื่อถือคล้าย ๆ กับประเทศในแถบละตินอเมริกาตามความเห็นของอาจารย์ไฮต์ สิ่งที่จะยับยั้งการถดถอยของระบอบประชาธิปไตยในสหรัฐอเมริกา จะเกิดขึ้นได้ด้วยการเปลี่ยนองค์ประกอบทางสังคมสองประการประการที่หนึ่ง คือ การปรับรูปแบบการเลือกตั้งขั้นต้นให้เน้นไปที่ตัวบุคคล แทนที่จะเป็นการเลือกตั้งที่เน้นไปที่พรรค นักการเมืองจากสองพรรคหลักมักได้รับคะแนนเสียงจากกลุ่มที่เห็นสุดโต่งในพรรคของตนเอง และมีการจัดอันดับผู้ที่ได้คะแนนสูงสุด 4 อันดับแรกให้เข้าสู่การเลือกตั้งทั่วไป ซึ่งวิธีนี้กำลังถูกนำมาใช้ที่รัฐอะแลสกา ทำให้โซเชียลมีเดียเป็นสถานที่ที่บ่อนทำลายระบอบประชาธิปไตยน้อยลง ด้วยการออกกฎหมายให้ผู้ใช้งานยืนยันตัวเอง โดยอาจไม่จำเป็นต้องเปิดเผยชื่อจริง ให้ประชาชนระบุว่าบัญชีมีผู้ใช้งานจริง และมาจากประเทศอะไรเพราะปัจจุบัน อาจารย์ไฮต์กล่าวว่า ใครก็ได้ รวมทั้ง รัฐบาลรัสเซีย สามารถสร้างบัญชีจำนวนมหาศาลต่อวันได้ ซึ่งบัญชีเหล่านี้ส่วนใหญ่ไม่ได้ถูกระงับใช้ และเจ้าของบัญชีจะทำกิจกรรมอะไรต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ก็ได้ พื้นที่สาธารณะในโลกออนไลน์จึงกลายเป็นสถานที่ที่เต็มไปด้วยบุคคลที่หลอกลวง และมุ่งร้ายต่อคนอื่นแซมมวล แอบรัมส์ อาจารย์รัฐศาสตร์แห่ง Sarah Lawrence College ในรัฐนิวยอร์ก เห็นด้วยว่า สื่อโซเชียลนั้นได้สร้างผลกระทบทางลบต่อความเป็นประชาธิปไตยทางการเมือง โดยให้เหตุผลว่า โลกออนไลน์อันตรายและเพิ่มความแตกแยกในสังคม เนื่องจากมุมมองหลัก ๆ ในโลกโซเชียลมีเดียเพียงไม่กี่มุม ผู้ใช้งานจึงไม่มีโอกาสเท่าที่ควรในการรับฟังความเห็นที่แตกต่างจากอีกฝ่าย ทั้งนี้ ทางแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียชื่อดังอย่างทวิตเตอร์ออกมาชี้แจงว่า ขณะนี้ บริษัทกำลังพยายามต่อต้านบัญชีปลอมและการกระจาย

ข้อมูลเท็จโดยเมื่อเดือนที่ผ่านมา ปาร์ก อัคราวัล ซีอีโอของทวิตเตอร์ ประกาศว่า ได้ทำการระงับบัญชีสแปมราวครึ่งล้านบัญชีต่อวันและบัญชีปลอมหลายล้านบัญชีต่อสัปดาห์อย่างต่อเนื่อง ส่วนเฟซบุ๊กนั้นได้ระงับบัญชีปลอมถึง 1,600 ล้านบัญชีในไตรมาสแรกของปี 2566 อย่างไรก็ตาม แอบรัมส์ อาจารย์รัฐศาสตร์แห่ง Sarah Lawrence College กล่าวว่า พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ยังคงมีอยู่ในกลุ่มเยาวชนที่แสดงความเห็นต่าง และจุดยืนที่แตกแยกทางการเมืองอย่าง (วีโอเอ, 2565)

พลังโซเชียลมีเดียกับปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ก่อนการเลือกตั้งมักมีสัญญาณต่าง ๆ ทางการเมืองเกิดขึ้นทั้งในโลกแห่งความจริงและโลกโซเชียลฯ ที่มีการรวมพลังทั้งจากฝ่ายการเมืองและฝ่ายสนับสนุนของแต่ละพรรค ซึ่งล้วนบ่งบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้ในระดับหนึ่ง สัญญาณทางการเมืองดังต่อไปนี้สามารถพบเห็นได้ทั่วไปช่วงก่อนเลือกตั้งซึ่งเกิดจากการรวมตัวของประชาชนด้วย พลังโซเชียลมีเดีย ตัวอย่างเช่น

1. ถ้าเขาทำเราต้องค้าน (If they are for it, we are against it) สัญญาณประเภทนี้เกิดขึ้นมาโดยตลอดระหว่างพรรคการเมือง แต่เกิดขึ้นมากผิดปกติในฤดูหาเสียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายที่ต่างเกทับกันเพื่อชิงความได้เปรียบฝ่ายตรงข้าม หลายนโยบายเมื่อเลือกตั้งผ่านไปไม่สามารถทำได้จริง หรือไม่สานต่อจากนโยบายจากรัฐบาลชุดเดิม สัญญาณประเภทนี้เป็นสัญญาณที่สร้างความสับสนแก่ผู้คนอยู่ไม่น้อย ที่สำคัญคือหลายนโยบายที่เคยทำไปแล้วถูกยกเลิก เพราะไม่ใช่นโยบายที่เป็นของตัวเอง จนกลายเป็นโครงการครึ่ง ๆ กลาง ๆ และผู้ที่จะได้รับผลกระทบคือประชาชนที่เลือกนักการเมืองเหล่านี้เข้าไปนั่นเอง

2. การรวมตัวกันเป็นขั้วทางการเมือง มนุษย์มักจะต้องการเป็นเพื่อนกับคนที่เหมือน ๆ กับตนเองเสมอ เช่น ความเหมือนทางเชื้อชาติ สถานะทางสังคม การศึกษา พฤติกรรมและแม้กระทั่งรสนิยมทางการเมือง (Homophily) พื้นที่บนโซเชียลมีเดียก็แตกต่างจากโลกแห่งความเป็นจริง การชอบในสิ่งที่คล้าย ๆ กับตัวเองอาจนำไปสู่ “การแบ่งขั้วทางการเมือง” การเกิด Echo chamber และการแพร่ข่าวปลอม รวมทั้งอาจพัฒนาไปสู่ความรุนแรงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งได้ตลอดเวลาจึงมักได้เห็นสัญญาณทางการเมืองที่เกิดจากปฏิกิริยาของการจับกลุ่มและแบ่งขั้วบนโซเชียลมีเดียอยู่ทั่วไปเมื่อเข้าใกล้ถึงฤดูเลือกตั้ง

3. คำพูดที่แบ่งคนฟังออกเป็นสองฝ่าย (Scissor statement) สัญญาณการแบ่งฝักแบ่งฝ่ายผู้คนด้วยการประดิษฐ์คำ เริ่มได้ยีนหนาหูในช่วงการหาเสียง เพราะคำพูดประเภตินี้นอกจากจะแสดงให้เห็นถึงความไม่ประนีประนอมกับอีกฝ่ายหนึ่งแล้ว ยังเป็นการเน้นย้ำถึงการแบ่งขั้วทางการเมืองที่ไม่ต้องการความเป็นกลางคำพูดประเภตินี้มักเป็นคำง่าย ๆ แต่มักได้ใจคน และสามารถดึงคนที่เอนเอียงอยู่แล้วตัดสินใจเข้ามาเป็นพวกได้ในทันทีที่มีการสื่อสารออกไป และสื่อที่ดีที่สุดในการเผยแพร่ประเภตินี้เหล่านี้ออกไปสู่สาธารณะ คือโซเชียลมีเดียมันเองดังนั้นคำพูดประเภท ฝ่ายประชาธิปไตยกับฝ่ายเผด็จการ, แลนด์สไลด์เท่านั้นจึงตั้งรัฐบาลได้ หรือแม้แต่วลี “ปิดสวิทช์ 3 ป.” หรือ “ส่ง 3 ป.กลับบ้าน” จึงปรากฏอยู่ทั่วไปทั้งป้ายหาเสียงตามปกติและบนโลกออนไลน์ แต่มีคำพูดจำนวนไม่น้อยที่เป็นคำที่สร้างขึ้นเพื่อหวังผลทางการเมืองที่หักทักเอาเองโดยไม่สามารถพิสูจน์อะไรได้เลย

4. แข่งกันเป็นคนดี เชื่อกันว่าอาชีพนักการเมืองเป็นอาชีพที่มักชอบแสดงออกเพื่อเรียกร้องความสนใจต่อสาธารณะเสมอยิ่งกว่าอาชีพใด ๆ ในโลก ด้วยเหตุผลว่าเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ในฐานะเป็นนักการเมือง และยังมีแรงจูงใจอื่นที่ทำให้ต้องแสดงออกอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งแนวโน้มที่มีความหลงตัวเองโดยธรรมชาติของนักการเมือง ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นที่เข้าใจได้แต่นักการเมืองหวังผลมากกว่าการแสดงออกตามปกติ เพราะหากการเรียกร้องความสนใจครั้งนั้น ๆ เกิดความสำเร็จและเข้าตาเจ้าของพรรคหรือผู้สนับสนุน อำนาจทางการเมือง เงินบริจาค และโอกาสที่จะได้รับการเลือกตั้งก็อยู่ใกล้แค่เอื้อม นักการเมืองรู้ดีว่าการแสดงออกถึงความเป็นคนดีนั้นมิใช่ไปกว่าครึ่ง เมื่อใกล้เลือกตั้งจึงมักเห็นนักการเมืองแข่งขันแสดง

ความเป็นคนดีมีศีลธรรมกันออกนอกหน้า ทั้งในโลกแห่งความเป็นจริงและโลกออนไลน์ จึงทำให้อดคิดไปไม่ได้ว่าการแสดงออกซึ่งความเป็นคนดีของนักการเมืองนั้นทำไปเพราะเจตนาดีจริง ๆ หรือเพื่อโปรโมทตัวเอง และลดทอนความดีของฝ่ายตรงข้าม โดยอาศัยความดีบังหน้าแค่ช่วงก่อนเลือกตั้งจึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าเหตุใดป้าย “ไม่เห็นโรงศพไม่หลั่งน้ำตา ถ้าไม่ยุบสภา ไม่เห็นหน้า ส.ส.” ถึงถูกติดประจานอยู่ทั่วเมืองพิษณุโลก

5. โจมตีและตอบโต้ เป็นหนึ่งในสัญญาณที่พบเห็นมากที่สุดทั้งจากนักการเมืองเองและจากฝ่ายสนับสนุนบนโลกโซเชียล ในช่วงก่อนเลือกตั้ง และเพชฌฆาตกับทวิตเตอร์ดูเหมือนว่าจะเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดในการแสดงความเห็นและโต้ตอบกันไปมา รวมทั้งใช้ปกป้องผู้ถูกโจมตีที่ไม่ได้เล่นโซเชียลมีเดีย ผ่านการไลฟ์สด ภาพ คลิปและข้อความสัญญาณประเภทนี้มักจะกระตุ้นอารมณ์ผู้คนให้เกิดความไม่พอใจจนถึงขั้นโกรธเคืองได้อย่างง่ายดาย และหากภาษาที่ใช้เป็นคำพูดที่อิงกับศีลธรรมและอารมณ์ของผู้คน (Moral- emotion word) ถูกนำมาใช้โจมตีซึ่งกันและกันบนโซเชียลมีเดียอย่างทวิตเตอร์ ยิ่งจะทำให้ความเกลียดชังของการกระจายข้อความนั้นเพิ่มขึ้นราว 20 เปอร์เซ็นต์ต่อคำเลยทีเดียว

6. ความสูญเสียของบริบท (Context collapse) ในช่วงก่อนการเลือกตั้งมักมีข่าวการเมือง รวมทั้งความเห็นทางการเมืองทั้งที่เขียนขึ้นมาเองและแชร์มาจากแหล่งต่าง ๆ จำนวนมาก ส่งกันไปมาบนแพลตฟอร์มภายในกลุ่ม และบางครั้งมีการส่งตรงถึงตัว แม้ว่าบางกลุ่มจะห้ามพูดถึงเรื่องการเมือง แต่ก็มีกรณีฝ่าฝืนจนต้องตัดเตือนและถึงกับโกรธกันไปก็มี บางคนถึงกับถูกขับออกจากกลุ่มเพราะอดไม่ได้ที่จะพูดถึงเรื่องการเมืองโดยไม่ฟังข้อห้ามการส่งข่าวสารการเมืองหรือข่าวสารใดก็ตามแบบไร้จุดหมายไปยังคนกลุ่มใหญ่โดยไม่รู้เลยว่าใครคือผู้ที่ให้ความสนใจหรือได้รับประโยชน์จากข่าวสารนั้น ถือว่าเป็นความสูญเสียเปล่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเห็นทางการเมืองบางประเภทนอกจากจะไม่ได้ได้รับความสนใจจากคนที่ไม่ใช่เป้าหมายแล้ว ยังอาจถูกแปลความไปในทางตรงข้าม หรือกระตุ้นให้เกิดความโกรธและความขุ่นเคืองใจกันก็เป็นได้ เพราะข้อมูลที่รับรู้มาอาจไม่ถูกจริตกับตัวเอง หรือไม่ใช่วิถีทางที่ตัวเองชอบ บางคนจึงรู้สึกอึดอัดหรือระแวกกระอักกระอ่วนเมื่อได้รับข้อมูลจนดูเหมือนว่าถูกบังคับให้อ่านข่าวสารทางการเมืองที่ตัวเองไม่อยากจะอ่าน

7. ข่าวลือ ข่าวปลอม ข่าวบิดเบือน เมื่อถึงฤดูเลือกตั้งคราวใดก็ตาม โซเชียลมีเดียคือสื่อชั้นดีในการแพร่ ข่าวลือ ข่าวปลอม และข่าวบิดเบือนต่าง ๆ จนทำให้ไม่ได้อยู่ในโลกแห่งการรับรู้ความจริงอีกต่อไปและยากที่จะแยกได้ว่าสิ่งไหนคือความจริง สิ่งไหนคือความเท็จหรือความเห็น เพราะโลกของโซเชียลมีเดียทำให้ตกอยู่ในสภาวะแวดล้อมที่อารมณ์และความเชื่อส่วนบุคคลมีอิทธิพลเหนือกว่าความจริง (Post truth) อย่างยากที่จะหลีกเลี่ยง

8. มีม (Meme) “มีม” เป็นคอนเทนต์ประเภท ภาพ คลิปวิดีโอ ข้อความสั้น ๆ ปกติมักแสดงออกถึงอารมณ์ขันและถูกส่งต่อ ๆ กันบนอินเทอร์เน็ต โดยอาจมีการดัดแปลงเล็กน้อยจากต้นฉบับ “มีม” ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการกระตุ้นความสนใจจากผู้คนในกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดมา รวมทั้งกิจกรรมทางการเมือง นอกจากภาพล้อเลียนบุคคลต่าง ๆ แล้วมีมภาพสัตว์ก็มีความนิยมไม่แพ้กัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีมรูปแมวซึ่งถือว่าเป็นมีมที่ดีที่สุดในโลกโซเชียลได้กลายเป็นมีมที่ครองพื้นที่มากกว่าใครๆ ในบรรดาสัตว์ทั้งหลาย และถูกนำมาใช้ทางการเมืองด้วยเช่นกันก่อนการเลือกตั้งเริ่มมีมีมของบุคคลสำคัญ ๆ ทางการเมืองของไทยปรากฏตามไลน์กลุ่มต่างๆ หรือบนเฟซบุ๊กอยู่จนเป็นที่สังเกตได้ แต่มีมที่ปรากฏมากกว่าใครเห็นจะเป็นมีมภาพ คุณประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มีผู้ส่งต่อกันอยู่บ่อยครั้ง แต่ดูเหมือนว่าจะมาจากฝ่ายตรงข้ามคุณประยุทธ์ เพราะมีมีมแต่ละภาพและข้อความที่ปรากฏมักเป็นการเสียดสีหรือด้อยค่าเสียมากกว่าการชื่นชมส่วนนักการเมืองคนอื่น ๆ ก็พอจะเห็นมีมปรากฏอยู่บ้าง แต่ไม่มากเท่าคุณประยุทธ์

9. สัญญาณจากแพลตฟอร์มเนื่องจากโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งของประเทศค่อนข้างมาก และถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองอยู่ตลอดเวลา บรรดาแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งเฟซบุ๊ก ทวิต

เตอร์ ยูทูบ และ Tik Tok จึงมีกฎกติกาสำหรับการใช้แพลตฟอร์มของตัวเองเพื่อสนับสนุนการเลือกตั้งก่อนเลือกตั้งจึงมักเห็นบรรดาแพลตฟอร์มต่าง ๆ ออกมาเน้นย้ำจุดยืนเกี่ยวกับการวางตัวก่อนการเลือกตั้งเสมอในการเลือกตั้งของประเทศไทยเมื่อปี 2562 เฟซบุ๊กได้กำหนดมาตรการต่าง ๆ ก่อนเลือกตั้ง เป็นต้นว่า กวาดล้างบัญชีผู้ใช้ปลอม, ลดการแพร่กระจายของข่าวปลอม, ความโปร่งใสที่เพิ่มมากขึ้นสำหรับโฆษณาทุกประเภท, ยับยั้งการแสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสมบนแพลตฟอร์มและสนับสนุนการให้ข้อมูลในช่วงเลือกตั้งในขณะการเลือกตั้งปี 2566 ที่จะมาถึง ยังเห็นเฉพาะแพลตฟอร์ม TikTok ที่ได้ประกาศจุดยืนต่อการเลือกตั้งของไทยอย่างแข็งขันว่า จะไม่มีการอนุญาตให้มีการโปรโมทหรือการทำโฆษณาที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประเด็นทางการเมืองโดยเด็ดขาด TikTok จึงได้มีการจัดประเภทของบัญชีที่เกี่ยวข้องกับการเมืองให้เป็นบัญชีของรัฐบาล นักการเมือง และพรรคการเมือง (GPPPA: Government, Politician, and Political Party Account) เพื่อสร้างขอบเขตที่ชัดเจนในการไม่อนุญาตให้บัญชีประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการสร้างรายได้ในทุกประเภทบนแพลตฟอร์มการส่งสัญญาณจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ ในการเลือกตั้งที่จะมาถึงสะท้อนให้เห็นว่าโซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อการเลือกตั้งมากเพียงใด และยังแสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มต่าง ๆ มิได้ละเลยต่อปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น แต่มาตรการต่าง ๆ ที่ออกมานั้นจะได้ผลตามที่แต่ละแพลตฟอร์มประกาศไว้หรือไม่ต้องรอการพิสูจน์เมื่อเวลานั้นมาถึง การทวิตประโยคที่เป็นความเท็จ สามารถจะแพร่ได้เร็วกว่าประโยคที่เป็นความจริงบนทวิตเตอร์ถึง 6 เท่า นอกจากนี้ความเท็จที่ถูกเผยแพร่อยู่ในกลุ่มของแพลตฟอร์มต่าง ๆ มักจะกลายเป็นความจริงที่เชื่อกันเฉพาะกลุ่ม เพราะสมาชิกแต่ละคนภายในกลุ่มต่างเชื่อข้อมูลซึ่งกันและกันมากกว่าการอ้างอิงสื่อกระแสหลัก อันเป็นผลมาจากอคติในกลุ่มที่เรียกกันว่า Confirmation bias ที่เกิดขึ้นจากการยืนยันของสมาชิกภายในกลุ่มนั่นเองและหากความจริงลงตาเหล่านี้เป็นเรื่องอ่อนไหวทางการเมืองและชักนำไปในทางที่ไม่ถูกต้อง จะทำให้ผลลัพธ์ทางการเมืองบิดเบี้ยวไป (สำนักข่าวอิศรา, 2566)

การใช้โซเชียลมีเดียที่สะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ภาครัฐต้องส่งเสริมหรือให้ความรู้แก่ประชาชนในการทำให้โซเชียลมีเดียเป็นสถานที่ที่บ่อนทำลายระบอบประชาธิปไตยน้อยลง เช่น การออกกฎระเบียบ หรือประกาศ ให้ผู้ใช้งานยืนยันตัวเอง อาจจะไม่จำเป็นต้องเปิดเผยชื่อจริง แต่อย่างน้อย ควรระบุว่าบัญชีมีผู้ใช้งานจริงอยู่ตำแหน่งไหน สื่อโซเชียลมีเดียอาจส่งผลกระทบทางลบต่อความเป็นประชาธิปไตยและเพิ่มความแตกแยกในสังคม ประชาชนจึงต้องร่วมมือพยายามต่อต้านบัญชีปลอมและการกระจายข้อมูลอันเป็นเท็จทางด้านการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

สรุป

พลังโซเชียลมีเดียกับปรากฏการณ์เสียงสะท้อนความคาดหวังทางการเมืองในปัจจุบัน ได้แก่

1. พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

ปัจจุบันพลังโซเชียลมีเดียทำให้ประชาชนเชื่อมต่อกันได้ตลอดเวลา กระแสในสื่อโซเชียลก่อให้เกิดพลังผลักดันและมีส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง โซเชียลมีเดียถือเป็นช่องทางช่องทางการมีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างดี สื่อโซเชียลทำให้ประชาชนอยู่ด้วยความจริงมากขึ้น เพราะมีการตรวจสอบสอดส่องพฤติกรรมการเมืองตลอดเวลา สื่อโซเชียลมีเดียทำให้ประชาธิปไตยเป็นของประชาชน ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น พลังโซเชียลสามารถเปลี่ยนแปลงการเมืองไทยได้ เพราะเรื่องของการเมืองเป็นการต่อสู้ทางความคิดที่อิงกับข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับโซเชียลมีเดียช่องทางหลักที่ใช้ในการสื่อสารและทำให้ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากขึ้น มีปฏิบัติการร่วมกันของประชาชนพลเมืองดังกล่าวมีเป้าประสงค์เพื่อการเปลี่ยนแปลงในสังคมร่วมกัน

2. พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนความคาดหวังทางการเมือง

การใช้โซเชียลมีเดียทางการเมืองสะท้อนปรากฏการณ์เสียงสะท้อนความคาดหวังของประชาชนจากนักการเมือง ทำให้รู้ถึงการเคลื่อนไหวทางการเมือง นักการเมืองสามารถแสดงตัวตนและท่าทีทางการเมืองผ่านโซเชียลมีเดียกับประชาชนมากขึ้น นักการเมืองสามารถใช้โซเชียลมีเดียเพื่อการหาเสียงทางการเมืองอย่างได้ผล ปัจจุบันพลังโซเชียลมีเดียสะท้อนความคาดหวังของประชาชนให้หันมาใช้วินัยเชิงบวกและจิตปณณาศึกษาในบ้าน เช่น การให้ความรู้รวมถึงกิจกรรมการเลือกตั้งกับคนในครอบครัว ตลอดจนซึมซับเอาวัฒนธรรมทางการเมือง และการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น เกิดปรากฏการณ์ที่วัยรุ่นให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมทางการเมืองในรูปแบบปัจจุบันเป็นปรากฏการณ์ที่พ่อแม่รุ่นใหม่สนับสนุนในเรื่องการเมืองผ่านพลังโซเชียลมีเดียสะท้อนถึงอุดมการณ์ทางการเมือง อีกทั้งพลังโซเชียลมีเดียสะท้อนความคาดหวังการทำงานของรัฐบาลจากประชาชน

3. พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย

โซเชียลมีเดียสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย โดยการปลดล๊อคขีดจำกัดของพลังประชาชนธรรมดาในการออกความคิดเห็นอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตย ยังคงมีอยู่ในกลุ่มเยาวชนที่แสดงความเห็นต่าง และจุดยืนที่แตกแยกทางการเมืองอย่าง พลังโซเชียลมีเดียปรากฏการณ์เสียงสะท้อนการเมืองในระบอบประชาธิปไตยมีทั้งข้อดีข้อเสีย โดยก่อนการเลือกตั้งมักมีสัญญาณต่าง ๆ ทางการเมืองเกิดขึ้นทั้งในโลกแห่งความจริงและโลกโซเชียลมีเดียที่มีการรวมพลังทั้งจากฝ่ายการเมือง และฝ่ายสนับสนุนของแต่ละพรรค ซึ่งล้วนบ่งบอกถึงสภาพทางการเมืองของประเทศได้ในระดับหนึ่ง สัญญาณทางการเมืองสามารถพบเห็นได้ทั่วไปช่วงก่อนเลือกตั้งซึ่งเกิดจากการรวมตัวของประชาชนด้วย การทวีตประโยคที่เป็นความเท็จ สามารถจะแพร่ได้เร็วกว่าประโยคที่เป็นความจริงบนทวีตเตอร์ถึง 6 เท่า นอกจากนี้ความเท็จที่ถูกเผยแพร่อยู่ในกลุ่มของแพลตฟอร์มต่าง ๆ มักจะกลายเป็นความจริงที่เชื่อกันเฉพาะกลุ่ม เพราะสมาชิกแต่ละคนภายในกลุ่มต่างเชื่อข้อมูลซึ่งกันและกันมากกว่าการอ้างอิงสื่อกระแสหลัก อันเป็นผลมาจากอคติในกลุ่มที่เกิดขึ้นจากการยืนยันของสมาชิกภายในกลุ่ม และหากความจริงลงตาเหล่านี้เป็นเรื่องอ่อนไหวทางการเมือง และชักนำไปในทางที่ไม่ถูกต้อง จะทำให้ผลลัพธ์ทางการเมืองบิดเบี้ยวไป

เอกสารอ้างอิง

- คันธธีรา ฉายาวงศ์. (2564). แนวโน้มการเมืองไทยกับสื่อสังคมออนไลน์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 6(1), 97-107. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/jmctrmutp/article/view/252157>
- นาริรัตน์ แซ่เตียว. (18 พฤษภาคม 2566). พลังโซเชียลมีเดียจุดติดกระแส ‘สั้มทั่วไทย’. *ฐานเศรษฐกิจ*. <https://www.thansettakij.com/thailand-elections/election-analysis/565663>
- บงกช ดารารัตน์. (7 พฤษภาคม 2566). ว่าด้วยพื้นที่ทางการเมือง : นักการเมืองและโซเชียลมีเดีย. *The Momentum*. <https://themomentum.co/ruleoflaw-polician-with-newmedia>
- ปฐวิษญ์ วัฒนสุข. (2566, 7 มิถุนายน). ‘การเมือง’ หลังเลือกตั้ง 66 การเปลี่ยนแปลงกับ ‘พลังโซเชียล’. *มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*. <https://tu.ac.th/thammasat-070666-politics-after-the-election>
- พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร. (14 กรกฎาคม 2566). กำลังไหล “ม็อบโซเชียล” กับพลังเคลื่อนไหวทางการเมือง. *บริษัท เนชั่นทีวี จำกัด*. <https://www.nationtv.tv/news/scoop/378923377>

- พันธ์ศักดิ์ อาภาขจร. (25 เมษายน 2566). ถอดสัญญาณเลือกตั้งปี 66 ในโลกโซเชียลมีเดีย. ไทยรัฐ.
<https://www.thairath.co.th/scoop/interview/2685406>
- พิทักษ์ศักดิ์ ทิศาภาคย์, ชนัญสรุ อรนพ ณ อยุธยา, และวีระเทพ ปทุมเจริญวัฒนา. (2562). การพัฒนาตัว
 บ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตยของ
 ผู้สูงอายุในประเทศไทย. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 7(1), 147-190. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/masscomm/article/view/184164>
- รีออคเก็ต. (5 ตุลาคม 2565). *Marketing Funnel คืออะไร? มาทำความรู้จักกลยุทธ์ ขั้นตอน ของการทำตลาดออนไลน์*. Rocket. <https://www.rocket.in.th/blog/marketing-funnel>
- วสุพรรณ ขวัญมงคล. (2563). *รัฐบาลกับการใช้โซเชียลมีเดียสร้างความนิยมทางการเมือง: ศึกษาเฟซบุ๊กเพจ “ประยุทธ์ จันทร์โอชา Prayut Chan-o-cha”* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วีโอเอ. (10 มิถุนายน 2565). วิเคราะห์: การปฏิรูปโซเชียลมีเดียจะช่วยประชาธิปไตยสหรัฐฯหรือไม่?. วีโอเอไทย. <https://www.voathai.com/a/6610632.html>
- สำนักข่าวอิสรา. (20 มีนาคม 2566). 9 สัญญาณการเมืองไทย...อันตรายบนโลกโซเชียลเบอร์!. <https://www.isranews.org/article/south-news/south-slide/117105-electionsocialmedia.html>
- สำนักข่าวอิสรา. (2566). วิเคราะห์ : การปฏิรูปโซเชียลมีเดียจะช่วยประชาธิปไตยสหรัฐฯหรือไม่?. สืบค้น 12 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.voathai.com/a/6610632.html>
- สุดาร์ตน์ พรหมสีใหม่. (2 ตุลาคม 2566). ‘และนี่คือเสียงของชาวเน็ต’: เมื่อโซเชียลมีเดียคือ game changer การเมืองไทย?. The101.World. <https://www.the101.world/social-media-game-changer/>
- เสกสม แฉ่งจิต. (2561). *นักการเมืองกับการปรับตัวในยุคสื่อโซเชียล*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. (12 กันยายน 2566). *เมื่อลูกวัยรุ่นสนใจการเมือง เราจะสร้างพลังที่สืบเนื่องได้อย่างไร*. Citizenthaipbs. <https://thecitizen.plus/node/86473>
- อดิสรณ์ อันสงคราม. (2556). *ผลกระทบจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดียของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อัคนัฐ วรรณะสมบัติ. (1 พฤศจิกายน 2566). *โซเชียลมีเดียสร้างการเคลื่อนไหวทางสังคมได้ แต่ก็ทำให้ล้มเหลวได้เช่นกัน?*. The Matter. <https://thematter.co/thinkers/success-and-failure-of-social-media/88989>
- Brissenden, J. & Moloney, K. (2005). Political PR in the 2005 UK general election : Winning and losing with a little help from spin. *Journal of Marketing Management*, 21(9-10). 1005-1020.
- Charles, M. (2023). *Appy City: Transforming Our Lives Through Urban Design*. Wicker Hill.
- Corpuz, R. (2013). *Article Review: The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change by Rita Safranek*. Academia.edu. https://www.academia.edu/11859835/Article_Review_The_Emerging_Role_of_Social_Media_in_Political_and_Regime_Change_by_Rita_Safranek
- Froehlich, R. & Rudiger, B. (2006). Framing political public relations: measuring success of political communications strategies in Germany. *Public Relations Review*, 32(1), 18-25.
- McNair, B. (1995). *An introduction to political communication*. Routledge.

- Moloney, K. & Colmer, R. (2001). Does Political PR Enhance or Trivialise Democracy? The UK General Election 2001 as Contest between Presentation and Substance. *Journal of Marketing Management*, 17(9-10), 957-968.
- Nerberry, C. (2022). *16 Key Social Media Metrics to Track in 2023*. Retrieved October 12, 2023, from <https://blog.hootsuite.com/social-media-metrics/>
- Susan Gunelius. (2019, 23 April). *10 Laws of Social Media Marketing*. Entrepreneur. <https://www.entrepreneur.com/science-technology/10-laws-of-social-media-marketing/299334>
- Vedel, T. (2003). *Political communication in the age of internet*. Routledge.