



สื่อออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง*
ONLINE MEDIA STRATEGIES FOR LOCAL ELECTION CAMPAIGNING
IN LAMPANG PROVINCE



อนรรักษ์ วงศ์เขียว, พัชรียา ฟองจันทา, ศิลาวัฒน์ ชัยวงศ์,
พระครูศรีปวรบัณฑิต (บวรวิทย์ आयुมน)

Anuruk Wongkhiao, Patchareeya Fongchanta, Silawat Chaiwong,
Phrakrusripavarabandit (Bowronwit Aryumun)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

Corresponding Author E-mail: anuruk.wong@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์สื่อออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง โดยพิจารณาถึงพลวัตของการสื่อสารทางการเมืองในยุคดิจิทัล ผู้สมัครเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปางได้ประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ดีกิต็อก และยูทูบ เพื่อสื่อสารนโยบาย การสร้างภาพลักษณ์ และการระดมการสนับสนุนจากประชาชน งานศึกษานี้อ้างอิงกรอบแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง และทฤษฎีพื้นที่สาธารณะดิจิทัล เพื่อตีความปรากฏการณ์ดังกล่าว ผลการศึกษาพบว่า สื่อออนไลน์ที่มีลักษณะสำคัญได้แก่ 1. การผลิตคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ที่เข้าถึงง่าย 2. การสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมในสังคมออนไลน์ 3. การจัดการภาพลักษณ์และการตอบสนองต่อประเด็นสังคมอย่างทันเหตุการณ์ และ 4. การบูรณาการสื่อออนไลน์กับการหาเสียงภาคสนาม ทั้งนี้ยังพบปัญหาท้าทาย อาทิ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และกรอบการกำกับดูแลสื่อ ผลการศึกษาเสนอข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนากระบวนการเลือกตั้งท้องถิ่นให้โปร่งใส ยุติธรรม และทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

คำสำคัญ: สื่อออนไลน์; การหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่น; จังหวัดลำปาง



Abstract

This article analyzed the use of online media in local election campaigning in Lampang Province, focusing on the dynamics of political communication in the digital era. Local candidates employed platforms such as Facebook, Line, TikTok, and YouTube to communicate policies, build political images, and mobilize public support. Guided by the theoretical frameworks of political communication and the digital public sphere, the study interpreted the role of online media in shaping local political engagement. The findings revealed four key features: 1. production of creative and accessible content, 2. building networks and fostering participation in online communities, 3. managing image and responding promptly to social issues, and 4. integrating online media with field campaigning. Challenges were also identified, including digital inequality, information credibility, and media regulation. The study offered policy recommendations to enhance transparency, fairness, and responsiveness of local elections to technological change.

Keywords: Online Media; Local Election Campaign; Lampang Province

บทนำ

ในสังคมไทยร่วมสมัย การเลือกตั้งท้องถิ่นมีความสำคัญในฐานะกลไกประชาธิปไตยระดับฐานราก ที่ประชาชนสามารถใช้สิทธิในการเลือกผู้แทนเพื่อตัดสินใจด้านการบริหารท้องถิ่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีสารสนเทศในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะการขยายตัวของสื่อออนไลน์ ได้ส่งผลต่อรูปแบบการหาเสียงเลือกตั้งอย่างกว้างขวาง (Chadwick, 2017)

กลายเป็นกรณีศึกษาที่สะท้อนพลวัตใหม่ของการเมืองท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ผู้สมัครหลายคนเลือกใช้เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และยูทูบ ในการสร้างฐานเสียงและสื่อสารนโยบายกับประชาชน บทความนี้จึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์การหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นผ่านสื่อออนไลน์ในจังหวัดลำปาง เพื่อทำความเข้าใจผลกระทบที่มีต่อการเมืองท้องถิ่น

การปกครองระดับท้องถิ่นเป็นพื้นฐานที่สำคัญของประชาธิปไตย เพราะเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีบทบาทโดยตรงในการกำหนดแนวทางการพัฒนาในชุมชนของตนเอง ในประเทศไทยการเลือกตั้งท้องถิ่น เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เป็นกระบวนการสำคัญที่สะท้อนการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระดับฐานราก อย่างไรก็ตามในทศวรรษที่ผ่านมา รูปแบบการหาเสียงได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญจากการพึ่งพาสื่อดั้งเดิม เช่น ป้ายประกาศ แผ่นพับ และการปราศรัย มาสู่การใช้สื่อออนไลน์เป็นกลยุทธ์หลัก (Chadwick, 2017)



จังหวัดลำปางเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะในเชิงสังคมและวัฒนธรรม มีทั้งชุมชนเมืองและชนบทที่ผสมผสานกัน การใช้สื่อออนไลน์ในการหาเสียงจึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้สมัครสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่หลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่และประชากรในเขตเมือง ขณะเดียวกันผู้สมัครยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดในการเข้าถึงของประชาชนในชนบทที่อาจมีความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัล

บทความนี้จึงได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication Strategy) (Blumler, 2016) และแนวคิดและทฤษฎีพื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Digital Public Sphere) ที่เกิดจากการต่อยอดจากแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของเฮอร์เกนฮาเบอร์มาส (Habermas, 1989) รวมถึงการรวบรวมการเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปางเพื่อวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียและเป็นแนวทางการใช้สื่อออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง (Political Communication Strategy)

การสื่อสารทางการเมืองหมายถึงกระบวนการที่ผู้ดำเนินกิจกรรมทางการเมือง ไม่ว่าจะเป็นนักการเมือง พรรค หรือองค์กรทางการเมือง ถ่ายทอดสารไปยังสาธารณชนผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้และมีผลต่อมุมมองหรือทัศนคติของประชาชน

ในบริบทออนไลน์การสื่อสารมีลักษณะเป็นสองทาง (Two-Way Communication) ที่เอื้อให้เกิดการโต้ตอบและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้สมัครกับประชาชน จึงเกิดแนวคิดและทฤษฎีทางการเมืองการสื่อสารทางการเมืองในยุคของสื่อออนไลน์ดังที่ Blumler (2016) กล่าวว่า ยุคที่สี่ของการสื่อสารการเมือง (Fourth Era of Political Communication) เป็นการก้าวเข้าสู่ยุคที่มีลักษณะสำคัญ คือ ความไม่แน่นอนสูง การแข่งขันทางวาระข่าวสาร และการพึ่งพาแพลตฟอร์มออนไลน์ซึ่งเปลี่ยนสมการอำนาจการเมือง ในการเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง สะท้อนชัดว่า ผู้สมัครไม่สามารถพึ่งพาเพียงสื่อมวลชนท้องถิ่น แต่ต้องหันมาใช้เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และยูทูบ เพื่อแข่งขันสร้างการรับรู้กับคู่แข่ง สอดคล้องกับที่ Bimber (2014) ได้กล่าวว่าความหลากหลายเร่งเร็ว (Accelerated Pluralism) ซึ่งว่า พัฒนาการของสื่อดิจิทัลก่อให้เกิดกลุ่มการเมืองและชุมชนทางการเมืองย่อย ๆ อย่างรวดเร็ว (Accelerated Pluralism) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้สมัครท้องถิ่นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะโดยตรง กรณีของจังหวัดลำปางมีผู้สมัครบางรายใช้กลุ่มไลน์ชุมชนหมู่บ้าน เพื่อส่งสารหาเสียงตรงกับประชาชนเฉพาะพื้นที่ ซึ่งสะท้อนทฤษฎีนี้ได้อย่างชัดเจน

ตามที่ Gerbaudo (2019) ได้เสนอแนวคิดเทคโน-ปอปูลิซึม (Techno-Populism) ถือเป็นการเมืองยุคดิจิทัลเกิดการผสมผสานระหว่างปอปูลิซึม และเทคโนโลยี

โดยนักการเมืองใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างภาพว่า ตน คือ เสียงของประชาชนโดยตรง ผู้สมัครท้องถิ่นในจังหวัดลำปางหลายรายนำเสนอภาพลักษณ์คนธรรมดา ผ่านทวิตเตอร์ เช่น



การไลฟ์สดเดินตลาด เพื่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการกับประชาชน แต่ถึงอย่างไร Woolley และ Howard (2018) กล่าวว่า โฆษณาชวนเชื่อคำนวณ (Computational Propaganda) ว่า การเมืองดิจิทัลสมัยใหม่มีการใช้บอท อัลกอริทึม และข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นสาธารณะ ซึ่งอาจสร้างผลบวกหรือผลลบต่อประชาธิปไตย ในการเลือกตั้งท้องถิ่นไทยเริ่มมีข้อกังวลว่า ผู้สมัครอาจใช้เพจปลอมเพื่อโจมตีคู่แข่งในเฟซบุ๊ก หรือกระจายข่าวลวงผ่านไลน์ ทั้งนี้

ความยุติธรรมทางการสื่อสาร (Communicative Justice) ตามแนวคิดของ Couldry & Mejias (2019) เสนอแนวคิดใหม่ว่าการเมืองดิจิทัลไม่เพียงเป็นเรื่องการเข้าถึงข้อมูล แต่ต้องพิจารณาความเป็นธรรมของโครงสร้างข้อมูลและอำนาจของแพลตฟอร์มด้วย ประชาชนในจังหวัดลำปางจำนวนหนึ่งอาจไม่เข้าถึงดีกด็อก หรือยูทูบ เพราะข้อจำกัดด้านอินเทอร์เน็ต นำไปสู่คำถามเรื่องความยุติธรรมทางข้อมูลข่าวสาร

Kent & Taylor (2018) กล่าวถึงการสื่อสารแบบสนทนา (Dialogic Communication) ว่า การสื่อสารออนไลน์ไม่ควรถูกใช้เพียงทางเดียว แต่ต้องเปิดพื้นที่ให้ประชาชนตอบโต้ แสดงความคิดเห็น และรู้สึกมีส่วนร่วม ซึ่งผู้สมัครในจังหวัดลำปางที่เปิดเพจเฟซบุ๊ก ให้ประชาชนถามและตอบแบบเรียลไทม์ ได้รับการยอมรับมากกว่าการสื่อสารแบบสั่งการ สอดคล้องกับทฤษฎีอำนาจการเล่าเรื่อง (Framing & Narrative Effect) ของ Entman (2007) ซึ่งว่า การเล่าเรื่องและการจัดกรอบ (framing) มีผลต่อการตีความเหตุการณ์และการตัดสินใจของประชาชนซึ่งในจังหวัดลำปางบางผู้สมัครสร้างเรื่องเล่าผู้สมัครคนรุ่นใหม่แก้ปัญหาเก่า ๆ ผ่านสื่อยูทูบ และดีกด็อก จนกลายเป็นอัตลักษณ์ทางการเมือง

สรุปได้ว่า การสื่อสารทางการเมืองยุคดิจิทัลเปลี่ยนโครงสร้างอำนาจจากสื่อดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ที่เปิดพื้นที่สื่อสารสองทางและสร้างชุมชนการเมืองย่อยอย่างรวดเร็ว โดยแนวคิดต่าง ๆ ได้อธิบายพลวัตและความท้าทายใหม่ของการเมืองออนไลน์ และกรณีจังหวัดลำปางสะท้อนการใช้โซเชียลมีเดียของผู้สมัคร ทั้งการสร้างภาพลักษณ์คนธรรมดา การเล่าเรื่องเพื่อดึงดูดประชาชน ตลอดจนความกังวลเรื่องข่าวลวง ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล และความเป็นธรรมด้านข้อมูล

แนวคิดและทฤษฎีพื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Digital Public Sphere)

แนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) เป็นเวทีที่ประชาชนสามารถอภิปรายประเด็นสาธารณะอย่างเสรี ซึ่งประชาชนสามารถเข้ามาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ถกเถียงและสร้างฉันทามติร่วมกัน โดยพื้นที่ดังกล่าวเดิมอ้างอิงกับสื่อมวลชนดั้งเดิม เช่น หนังสือพิมพ์ และการพบปะในเชิงสังคม (Habermas, 1989) แต่เมื่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญ นักวิชาการรุ่นใหม่ได้ต่อยอดแนวคิดนี้ไปสู่สิ่งที่เรียกว่า พื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Digital Public Sphere) เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล พื้นที่ดังกล่าวได้ขยายเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ (Coleman & Freelon, 2015) ผลที่ตามมา คือ การรณรงค์เลือกตั้งในระดับท้องถิ่นมีความเป็นไปได้ที่จะ



เปิดพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนมุมมองและการสนทนาในวงกว้าง ทั้งนี้ สาธารณะดิจิทัลหมายถึง พื้นที่ออนไลน์ที่เอื้อให้ประชาชนเข้ามาแสดงออกทางความคิด ร่วมอภิปรายประเด็นการเมือง และเผยแพร่ข้อมูลอย่างเสรี โดยแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และยูทูบ ได้กลายเป็นเครื่องมือหลักในการสร้างพื้นที่ถกเถียงทางการเมือง และยังเอื้อให้ประชาชนสามารถมีส่วนร่วมกับผู้สมัครทางการเมืองหรือพรรคการเมืองโดยตรง

ขณะเดียวกัน มีนักวิชาการบางส่วนตั้งข้อสังเกตว่าพื้นที่สาธารณะออนไลน์ยังคงมีข้อบกพร่อง โดยเฉพาะปรากฏการณ์ Echo Chamber และ Filter Bubble ที่ส่งผลให้ผู้ผู้ใช้รับสารจากวงปิดหรือเฉพาะมุมมองที่สอดคล้องกับความเชื่อของตน ซึ่งอาจบั่นทอนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงเหตุผล อย่างไรก็ตาม มีข้อถกเถียงว่าถึงแม้พื้นที่สาธารณะดิจิทัลจะเผชิญข้อจำกัดบางประการ แต่ก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสาธารณชน อีกทั้งยังทำหน้าที่เปิดโอกาสให้กลุ่มที่เคยถูกกีดกันจากเวทีสาธารณะดั้งเดิม เช่น เยาวชนและคนรุ่นใหม่ ได้ใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการแสดงออกและขับเคลื่อนทางการเมือง

ดังนั้น แนวคิดและทฤษฎีพื้นที่สาธารณะดิจิทัลจึงช่วยอธิบายบทบาทของสื่อออนไลน์ในการเลือกตั้งท้องถิ่นไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารเชิงรณรงค์เท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นสนามประชาธิปไตย ที่ทำให้ผู้สมัครและประชาชนสามารถมีปฏิสัมพันธ์ทางการเมืองในมิติใหม่ ๆ ได้

การเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง

การเมืองท้องถิ่นในจังหวัดลำปางมีพัฒนาการจากรากฐานดั้งเดิมสู่ระบบการเลือกตั้งแบบสมัยใหม่ แม้ประชาชนมีบทบาทมากขึ้น แต่ยังสะท้อนอิทธิพลของกลุ่มผลประโยชน์และเครือญาติ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์และโครงสร้างประชากร ประกอบกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล กลายเป็นความท้าทายสำคัญต่อการเข้าถึงข้อมูลและการมีส่วนร่วมทางการเมือง การเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้เกิดเวทีสาธารณะใหม่ที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการสื่อสาร การมีส่วนร่วม และพัฒนาการประชาธิปไตยท้องถิ่นยุคดิจิทัลในจังหวัดลำปาง ดังนี้

1. ภูมิหลังทางการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง เป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการเมืองของภาคเหนือตอนบน มีลักษณะเฉพาะทางสังคมวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงความเป็นนครล้านนาเก่า การจัดการปกครองท้องถิ่นในจังหวัดลำปางมีพัฒนาการจากรูปแบบดั้งเดิมภายใต้ระบบเจ้าหลวงและเมืองประเทศราช สู่ระบบการปกครองท้องถิ่นแบบสมัยใหม่ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2476 และพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 (ธนวรร จรรย์เมือง, 2542) ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมา การเมืองระดับท้องถิ่นในจังหวัดลำปางได้มีพัฒนาการที่สำคัญ โดยเฉพาะระบบการเลือกตั้งผู้บริหาร

ท้องถิ่นโดยตรง ซึ่งช่วยเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากขึ้น ทว่าในอีกด้านหนึ่งก็ยังสะท้อนถึงอิทธิพลของกลุ่มผลประโยชน์ท้องถิ่นและเครือข่ายที่ครอบงำโครงสร้างการเมืองอยู่ ขณะเดียวกัน บทบาทของสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเริ่มเข้ามามีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงทศวรรษ 2560 เป็นต้นมา (วิทยา สุจริตนารักษ์, 2560) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่สำคัญของการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดลำปางยังคงอยู่ที่ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ สังคม และการเข้าถึงทรัพยากรทางการเมือง ซึ่งส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนและความเข้มแข็งของประชาธิปไตยท้องถิ่น (อภิชาติ สถิตนิรามัย, 2562)

2. ความหลากหลายของประชากรและความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล จังหวัดลำปางเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางประชากร ทั้งในเชิงชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และโครงสร้างอายุ โดยมีทั้งกลุ่มประชากรคนเมือง กลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิม เช่น ไทยใหญ่ ไทลื้อ และชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ตลอดจนประชากรอพยพที่ย้ายถิ่นเพื่อการทำงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ ความหลากหลายทางชาติพันธุ์และวิถีชีวิตนี้ ส่งผลต่อความแตกต่างด้านการเข้าถึงทรัพยากรทางสังคมและโอกาสในการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในมิติด้านดิจิทัล แม้จังหวัดลำปางจะเป็นจังหวัดที่มีการขยายโครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง แต่ยังคงพบความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่เมืองกับชนบท โดยครัวเรือนในเขตเทศบาลมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตสูงกว่าครัวเรือนในชนบทอย่างมีนัยสำคัญ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ความแตกต่างดังกล่าวยังสัมพันธ์กับปัจจัยด้านรายได้ ระดับการศึกษา และช่วงอายุของประชากร โดยกลุ่มผู้สูงอายุและผู้มีรายได้น้อยในพื้นที่ชนบทมีข้อจำกัดในการใช้สื่อดิจิทัลและทักษะ ICT (United Nations Development Programme (UNDP), 2021) นอกจากนี้ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัลยังสัมพันธ์กับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การบริการภาครัฐ และโอกาสทางเศรษฐกิจ ประชากรในกลุ่มที่มีทักษะดิจิทัลสูงกว่ามีแนวโน้มที่จะได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีมากกว่า ในขณะที่กลุ่มที่ขาดโอกาสทางดิจิทัลมีความเสี่ยงที่จะถูกกีดกันออกจากระบบการมีส่วนร่วมทางสังคมและการเมือง (Van Dijk, 2020) กล่าวโดยสรุป ความหลากหลายของประชากรในจังหวัดลำปางเมื่อนำมาประกอบกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ได้สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายต่อการพัฒนาประชาธิปไตยท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนในยุคดิจิทัล

3. การเปลี่ยนแปลงจากการใช้สื่อแบบดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลในจังหวัดลำปางมีรากฐานการสื่อสารสาธารณะที่สั่งสมอย่างต่อเนื่อง โดยในอดีตพึ่งพาหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น สถานีวิทยุชุมชน และวิทยุกระจายเสียงของภาครัฐ ในฐานะเครื่องมือหลักสำหรับการเผยแพร่ข่าวสารและการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างรัฐกับประชาชน อย่างไรก็ตาม ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา การแพร่หลายของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนได้ส่งผลให้บทบาทของสื่อดั้งเดิมลดลง และเกิดการเปลี่ยนผ่านไปสู่การใช้สื่อออนไลน์มากขึ้น ทั้งนี้ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) พบว่า การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวเห็นได้ชัดในกลุ่มคนรุ่นใหม่และประชากรเมืองที่นิยมใช้



แพลตฟอร์มอย่างเฟซบุ๊ก ไลน์ ดิจิต็อก และยูทูบเพื่อรับข่าวสารและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุยังคงพึ่งพาสื่อวิทยุและโทรทัศน์ แต่ก็เริ่มปรับตัวเข้าสู่สื่อดิจิทัลมากขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นการเมืองท้องถิ่นและกิจกรรมสาธารณะ (UNESCO, 2019) นอกจากนี้ งานศึกษาของธนสวรรค์ เจริญเมือง (2562) พบว่า สื่อออนไลน์ในจังหวัดลำปางไม่เพียงแต่เข้ามาแทนที่สื่อดั้งเดิม แต่ยังกลายเป็นเวทีสาธารณะใหม่ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม แสดงความคิดเห็น และสร้างแรงกดดันต่อผู้กำหนดนโยบายท้องถิ่น การเปลี่ยนผ่านนี้จึงไม่ใช่แค่ การเปลี่ยนช่องทางการสื่อสาร แต่ยังเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางการเมืองและสังคมในระดับท้องถิ่นด้วย

สรุปได้ว่า การเปลี่ยนผ่านจากสื่อดั้งเดิมสู่สื่อออนไลน์ในจังหวัดลำปางสะท้อนถึง การปรับตัวของประชาชนต่อเทคโนโลยีสื่อใหม่ และมีผลต่อทั้งรูปแบบการสื่อสาร การมีส่วนร่วมทางการเมือง และการพัฒนาประชาธิปไตยท้องถิ่นในยุคดิจิทัล

สื่อออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง

การเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปางแสดงให้เห็นการเปลี่ยนผ่านจากการใช้สื่อดั้งเดิม สู่การสื่อสารดิจิทัล ผู้สมัครนำภาษาถิ่นและวัฒนธรรมล้านนามาสร้างเนื้อหาให้ใกล้ชิดกับ ประชาชน พร้อมประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่าง TikTok และ Facebook Live เพื่อสร้าง การมีส่วนร่วมแบบโต้ตอบ ส่งผลให้การสื่อสารทางการเมืองมีความโปร่งใสและสอดคล้องกับ บริบทท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

1. การสร้างคอนเทนต์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

1.1 การนำภาษาท้องถิ่นภาคเหนือและวัฒนธรรมประจำถิ่นมาใช้ในการบวนการ สื่อสารการเมืองยุคดิจิทัล การออกแบบเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มผู้ชมเฉพาะพื้นที่ที่มีความสำคัญอย่าง ยิ่ง โดยเฉพาะในจังหวัดลำปางซึ่งมีเอกลักษณ์ด้านภาษาและวัฒนธรรมล้านนา การสื่อสารผ่าน คำเมือง หรือการนำสัญลักษณ์ท้องถิ่นเข้ามา เช่น รถม้า และวิถีชีวิตชุมชน ช่วยเสริมสร้างความ ใกล้ชิดและความสัมพันธ์ระหว่างผู้สมัครการเมืองกับประชาชนการใช้ภาษาเหนือและการอ้างอิง วัฒนธรรมท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้คอนเทนต์เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้ตรงจุด แต่ยังสะท้อนถึงพลวัตของการสื่อสารทางการเมืองที่ผสมผสานความเป็น ท้องถิ่น เข้ากับยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การผลิตคลิปสั้น TikTok/Facebook Reels การวิจัยของ Kaplan & Haenlein (2020) ชี้ว่า วิดีโอสั้นที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย และแฝงด้วยความบันเทิงสามารถสร้างอัตรา การมีส่วนร่วม (Engagement) ได้สูงกว่าสื่อรูปแบบอื่น ๆ ในจังหวัดลำปาง ผู้สมัครหลายราย หันมาใช้แพลตฟอร์ม TikTok เพื่อนำเสนอเรื่องราวในชีวิตประจำวัน การพบปะประชาชนและ กิจกรรมการลงพื้นที่ ผ่านวิดีโอสั้นที่รับชมได้อย่างรวดเร็วและส่งต่อได้ง่าย ส่งผลให้การหาเสียง กระจายไปยังผู้คนในวงกว้าง นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ Phromsakha Na Sakon Nakhon

(2018) ยังชี้ว่า การสร้างคอนเทนต์ที่ผสมผสานอัตลักษณ์ท้องถิ่นกับรูปแบบสื่อใหม่ เช่น การใส่ ภาษาเหนือ เพลงหรือภาพวิถีชีวิตลำปางในคลิปสั้น ช่วยให้ประชาชนเกิดความรู้สึกใกล้ชิดและมีส่วนร่วมกับการเมืองมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การใช้คลิปสั้น TikTok และ Facebook Reels ในจังหวัดลำปาง ไม่เพียงเป็นแนวทางการตลาดการเมืองยุคใหม่ แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการ สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เป็นผู้ใช้งานหลักของแพลตฟอร์ม เหล่านี้

2. การสร้างการมีส่วนร่วมในโลกออนไลน์

2.1 การใช้ Facebook Live พบปะกับประชาชน สำหรับกรณีของจังหวัดลำปาง การใช้ Facebook Live ของผู้สมัครในช่วงการเลือกตั้งท้องถิ่นไม่เพียงช่วยกระจายข้อมูล นโยบายและแสดงภาพลักษณ์ของการทำงานเชิงรุก แต่ยังสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยน ความคิดเห็นโดยตรง ซึ่งสะท้อนถึงลักษณะของ พื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Digital Public Sphere) ที่เปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเสรี (Dahlgren, 2018) กล่าวโดยสรุป Facebook Live เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การหาเสียงทางการเมืองในจังหวัดลำปางมีความ ใกล้ชิด โปร่งใส และมี ส่วนร่วมมากขึ้น สอดคล้องกับแนวโน้มของการเมืองดิจิทัลในระดับท้องถิ่น

2.2 การตั้งกลุ่ม Line หรือกลุ่มชุมชนดิจิทัลในกรณีของจังหวัดลำปาง กลุ่ม Line ที่ตั้งขึ้นเพื่อการเลือกตั้งท้องถิ่นยังทำหน้าที่เป็นชุมชนดิจิทัลที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้สมัครโดยตรงไปตรงมา ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิด Digital Public Sphere ที่มองว่า สื่อออนไลน์ คือ พื้นที่ที่ประชาชนสามารถร่วมกัน ถกเถียงและสร้างความหมายทางการเมืองได้ (Dahlgren, 2018) ดังนั้น การสร้างกลุ่ม Line หรือกลุ่มชุมชนดิจิทัลในจังหวัดลำปางจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้ผู้สมัครสามารถสร้าง เครือข่ายทางการเมืองในเชิงรุก และเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนทั้งในโลกออนไลน์ และออฟไลน์

3. การจัดการภาพลักษณ์ทางการเมือง

3.1 การนำเสนอภาพผู้สมัครในบทบาทผู้นำที่เข้าถึงง่ายในบริบทของจังหวัด ลำปาง การจัดการภาพลักษณ์เช่นนี้ยังมีความสำคัญ เพราะสังคมท้องถิ่นให้ความสำคัญกับ ความเป็นกันเอง และความสัมพันธ์เชิงชุมชน มากกว่าภาพลักษณ์ที่หรูหราหรือเป็นทางการมาก เกินไป การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เพจบุ๊ก หรือ ดิจิต็อก ที่แสดงให้เห็นผู้สมัครในชีวิต ประจำวัน เช่น การทำกิจกรรมกับครอบครัว การช่วยงานชุมชน หรือการเข้าร่วมประเพณี ท้องถิ่น เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ภาพลักษณ์ของผู้สมัครสอดคล้องกับค่านิยมท้องถิ่น (Kaewthep, 2022) กล่าวโดยสรุป การจัดการภาพลักษณ์ในฐานะผู้นำที่เข้าถึงง่ายไม่เพียงเป็นการสร้างความ นิยมทางการเมือง (Political Popularity) แต่ยังเป็นการสร้าง ทุนทางสัญลักษณ์ที่ช่วยเชื่อมโยง ผู้สมัครกับประชาชนในจังหวัดลำปางได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3.2 การจัดการข้อมูลเท็จ (Fake News) ผู้สมัครจำนวนมากเลือกที่จะใช้กลยุทธ์เชิงรุก (Proactive Strategies) เช่น การสร้างทีมงานตรวจสอบข้อเท็จจริงเพื่อเฝ้าระวังและตอบโต้ข้อมูลที่บิดเบือน นอกจากนี้ยังใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก และไลน์ ในการเผยแพร่ข้อมูลชี้แจงอย่างเป็นทางการ เพื่อยืนยันข้อเท็จจริงและป้องกันความเสียหายต่อชื่อเสียง (McDougall, 2019)

4. การบูรณาการออนไลน์และออฟไลน์

4.1 การนัดหมายกิจกรรมชุมชนผ่านออนไลน์ การบูรณาการนี้ช่วยเชื่อมโยงการสื่อสารดิจิทัล เข้ากับ พื้นที่ทางกายภาพของชุมชน ทำให้ประชาชนรับข้อมูลได้สะดวกและสามารถเปลี่ยนจากผู้รับสารสู่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Chadwick, 2017) ตัวอย่างเช่น ในการเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง ผู้สมัครหลายรายใช้ กลุ่ม Line ชุมชนเพื่อแจ้งกำหนดการลงพื้นที่ล่วงหน้า ส่งผลให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวนมากและเกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับประชาชน (Lampang Provincial Election Commission Office, 2022)

4.2 การสื่อสารภาคสนามแบบทันที ผู้สมัครและทีมงานในจังหวัดลำปาง นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการสื่อสารกิจกรรมการหาเสียงแบบเรียลไทม์ กลยุทธ์นี้รวมถึงการสตรีมสดผ่าน เฟซบุ๊กไลฟ์ และการแจ้งข้อมูลทันทีในกลุ่มไลน์ ของชุมชน ทำให้ประชาชนสามารถรับรู้ความเคลื่อนไหวในพื้นที่ได้โดยไม่ต้องเข้าร่วมในสถานที่จริง การรายงานแบบ Real-Time ยังช่วยลดช่องว่างด้านความเชื่อมั่น เพราะประชาชนรับรู้เหตุการณ์โดยตรงจากแหล่งข้อมูลหลัก ไม่ผ่านการบิดเบือนของคู่แข่งหรือข่าวลวง ทั้งยังเป็นการสร้าง ภาพลักษณ์ทางการเมืองเชิงบวก ที่ทำให้ผู้สมัครถูกมองว่ามีความทันสมัยและตอบสนองต่อประชาชนได้อย่างรวดเร็ว (Gilmore, 2020)

จากภาพรวมดังกล่าวจะเห็นได้ว่า การหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปางมิได้เป็นเพียงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อกระจายข้อมูลเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างปฏิสัมพันธ์สานความสัมพันธ์ และเพิ่มพลังการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาการเมืองท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามสื่อออนไลน์ยังเป็นอีกทางเลือกในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง ซึ่งจะมียุทธศาสตร์ประกอบหลักกลยุทธ์และเครื่องมือที่ใช้ เป้าหมายและผลกระทบหลัก ตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 องค์ประกอบหลักในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง

ลำดับ	องค์ประกอบหลัก (Focus Area)	กลยุทธ์และเครื่องมือที่ใช้ (Key Strategies & Tools)	เป้าหมาย/ผลกระทบหลัก (Main Impact)
1	การสร้างคอนเทนต์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย (Targeted Content Creation)	- การใช้ภาษาถิ่นและวัฒนธรรมล้านนา (คำเมือง รถม้า วิถีชีวิต) - การผลิตคลิปสั้น (TikTok/Facebook Reels) ที่กระชับ สนุก ส่งต่อได้ง่าย	- เข้าถึงตรงจุด สร้างความใกล้ชิด - สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน - ดึงดูดคนรุ่นใหม่ เพิ่มอัตรา - การมีส่วนร่วม (Engagement)



ตารางที่ 1 องค์ประกอบหลักในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง (ต่อ)

ลำดับ	องค์ประกอบหลัก (Focus Area)	กลยุทธ์และเครื่องมือที่ใช้ (Key Strategies & Tools)	เป้าหมาย/ผลกระทบหลัก (Main Impact)
2	การสร้างการมีส่วนร่วม ในโลกออนไลน์ (Online Engagement Building)	- Facebook Live เพื่อพบปะประชาชน, แลกเปลี่ยนความคิดเห็นโดยตรง - การตั้งกลุ่ม Line/ชุมชนดิจิทัล เพื่อถกเถียง แลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างเครือข่ายเชิงรุก	สร้างปฏิสัมพันธ์ 2 ทาง เปิดพื้นที่สาธารณะดิจิทัล (Digital Public Sphere) เพิ่มระดับความใกล้ชิด และโปร่งใส
3	การจัดการภาพลักษณ์ทางการเมือง (Political Image Management)	- นำเสนอภาพผู้นำที่เข้าถึงง่าย แสดงกิจกรรมชีวิตประจำวัน การช่วยงานชุมชน - การจัดการข้อมูลเท็จ (Fake News) ใช้กลยุทธ์เชิงรุก ตั้งทีมตรวจสอบ เผยแพร่ข้อมูลชี้แจงอย่างเป็นทางการ	สร้างความน่าเชื่อถือ สร้างค่านิยมทางการเมือง สอดคล้องกับค่านิยมท้องถิ่น ปกป้องชื่อเสียง
4	การบูรณาการออนไลน์และ ออฟไลน์ (Online-Offline Integration)	- นัดหมายกิจกรรมชุมชนผ่านออนไลน์ ใช้กลุ่ม Line แจ้งกำหนดการลงพื้นที่ - การสื่อสารภาคสนามแบบทันที (Real-time Reporting) สตรีมสด (Facebook Live) รายงานทันทีในกลุ่ม Line ชุมชน	เชื่อมโยงโลกเสมือนจริง เปลี่ยนผู้รับสารเป็นผู้เข้าร่วมจริง สร้างความโปร่งใสและเชื่อมั่น ผ่านการรับรู้เหตุการณ์โดยตรง

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่



สรุป

จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อออนไลน์ในการหาเสียงเลือกตั้งท้องถิ่นในจังหวัดลำปาง ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อพลวัตของการเมืองท้องถิ่นในยุคดิจิทัล ผู้สมัครไม่เพียงใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางสื่อสารนโยบาย แต่ยังนำมาใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์ เสริมสร้างความใกล้ชิดกับประชาชน และเพิ่มการมีส่วนร่วมทางการเมืองในมิติใหม่ ๆ โดยอาศัยแพลตฟอร์มหลัก ได้แก่ เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ และยูทูบ ผลการวิเคราะห์สะท้อนลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. การสร้างคอนเทนต์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการใช้ภาษาเหนือ วัฒนธรรมท้องถิ่น และการผลิตคลิปสั้น เฟซบุ๊ก หรือทวิตเตอร์ เพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่และสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน
2. การสร้างการมีส่วนร่วมในโลกออนไลน์ เช่น การใช้ เฟซบุ๊กไลฟ์ พบปะประชาชน แบบเรียลไทม์ และการตั้งกลุ่มไลน์ หรือกลุ่มชุมชนดิจิทัลเพื่อสร้างพื้นที่ถกเถียงและแลกเปลี่ยนข้อมูล
3. การจัดการภาพลักษณ์ทางการเมือง โดยเน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ผู้นำที่เข้าถึงง่าย และการจัดการข้อมูลเท็จ (Fake News) ผ่านการตอบโต้เชิงรุก
4. การบูรณาการออนไลน์และออฟไลน์ ทั้งการนัดหมายกิจกรรมชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ และการรายงานกิจกรรมภาคสนามแบบ Real-Time เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความโปร่งใส อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อท้าทายที่สำคัญ ได้แก่ ความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล ที่ทำให้การเข้าถึงสื่อออนไลน์ไม่เท่าเทียมกัน ความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ถูกบิดเบือน และกรอบการกำกับดูแลสื่อที่ยังต้องปรับให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่าการเมืองท้องถิ่นในจังหวัดลำปางไม่ได้เผชิญเพียงการเปลี่ยนแปลงด้านเครื่องมือสื่อสาร แต่ยังเกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางการเมืองสังคม และวัฒนธรรมในระดับฐานรากด้วย ดังนั้น การใช้สื่อออนไลน์ควรได้รับการพัฒนาอย่างรอบด้าน โดยเน้นความโปร่งใส ยุติธรรม และการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อเสริมสร้างประชาธิปไตยท้องถิ่นให้เข้มแข็ง และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- ธเนศวร์ เจริญเมือง. (2542). *เทศบาลในทศวรรษหน้า : เลือกตั้งนายกเทศมนตรีโดยตรง*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. (2562). *การเมืองภาคประชาชนกับสื่อใหม่ในสังคมไทย*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิทยา สุจริตธนารักษ์. (2560). *การเมืองท้องถิ่นไทยในกระแสโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *รายงานการสำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ. 2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.



- อภิชาติ สถิตนิรามัย. (2562). *เศรษฐกิจการเมืองไทย : ความเหลื่อมล้ำและประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: ฟาเดียวกัน.
- Bimber, B. (2014). Digital Media in The Obama Campaigns of 2008 and 2012: Adaptation to The Personalized Political Communication Environment. *Journal of Information Technology & Politics*, 11(2), 130-150.
- Blumler, J. G. (2016). The Fourth Age of Political Communication. *Politiques de Communication*, 6(1), 19-30.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Coleman, S. & Freelon, D. (2015). *Handbook of Digital Politics*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Couldry, N. & Mejias, U. A. (2019). *The Costs of Connection: How Data is Colonizing Human Life and Appropriating It for Capitalism*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Dahlgren, P. (2018). *Media, Participation and Democracy: Toward a Communicative Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Entman, R. M. (2007). Framing Bias: Media In the Distribution of Power. *Journal of Communication*, 57(1), 163-173.
- Gerbaudo, P. (2019). *The Digital Party: Political Organization and Online Democracy*. London: Pluto Press.
- Gilmore, J. (2020). Real-Time Politics: Social Media and the 2019 UK General Election. *Information, Communication & Society*, 23(12), 1787-1795.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of The Public Sphere: An Inquiry Into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Kaewthep, K. (2022). *Local Identity and Political Communication in Northern Thailand*. Chiang Mai: Chiang Mai University Press.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2020). Rethinking The Digital World: Social Media Strategies for Engaging Target Audiences. *Business Horizons*, 63(1), 37-50.
- Kent, M. L. & Taylor, M. (2018). *Dialogic Theory and Public Relations*. New York: Routledge.
- Lampang Provincial Election Commission Office. (2022). *Report on Public Participation in Local Elections in Lampang Province*. Lampang: Lampang Provincial Election Commission Office.



- McDougall, J. (2019). Fake News, Misinformation and Political Communication. *Journal of Media Literacy Education*, 11(1), 1-12.
- Phromsakha na Sakon Nakhon, K. (2018). Language, Culture, and Political Discourse in Northern Thailand. *Chiang Mai University Journal of Social Sciences*, 7(1), 101-120.
- UNESCO. (2019). *Journalism, 'Fake News' and Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training*. Paris: UNESCO.
- United Nations Development Programme (UNDP). (2021). *Human Development Report 2021/2022: Uncertain Times, Unsettled Lives*. New York: United Nations Development Programme (UNDP).
- Van Dijk, J. (2020). *The Digital Divide*. Cambridge: Polity Press.
- Woolley, S. C. & Howard, P. N. (2018). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. Oxford: Oxford University Press.

