

ประเด็น สังคม ฉบับที่ B39	12 ส.ค. 68	วิทยาลัยการทัพบก
ประเด็น สังคม	โซเชียลมีเดียในสมรภูมิไทย-กัมพูชา อารยยุคดิจิทัลและการตอบโต้เชิงยุทธศาสตร์	
ประเด็นสำคัญ	- โซเชียลมีเดีย...เครื่องมือข่มขู่ทางการเมืองของ “ฮุนเซน” - กลไกการโจมตีผ่านโลกโซเชียล - ฮุน เซน: ผู้นำกับการใช้สื่อดิจิทัลเป็นอาวุธ - การแต่งตั้ง “นุ้ม ปันดตา” กับยุทธศาสตร์ได้กลับ	



ในช่วงปลายเดือนกรกฎาคม 2568 ความขัดแย้งที่ชายแดนไทย-กัมพูชา ได้บานปลายออกสู่ความรุนแรงทางทหารจนเกิดการสูญเสียชีวิตจำนวนมาก เริ่มตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม แม้ว่าจะมีข้อตกลงหยุดยิงระหว่างประเทศในภายหลัง แต่ความตึงเครียดยังคงก่อตัวโดยเฉพาะในโลกออนไลน์ ฝ่ายไทยประสบปัญหาในการสื่อสารและจัดการอารมณ์สังคม ในขณะที่ผู้นำกัมพูชากลับใช้ “สงครามข่าวสาร” และ “จิตวิทยายุ่ง” อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการเมือง

โซเชียลมีเดีย...เครื่องมือข่มขู่ทางการเมืองของ “ฮุนเซน”

ข่าวที่ผู้คนให้ความสนใจมากกว่าข่าวใดๆ ในช่วงปลายเดือนพฤษภาคมต่อเนื่องมาถึงเดือนมิถุนายน คงไม่มีข่าวไหนที่จุดกระแสการรวมชาติไทยได้มากเท่าข่าวการปะทะกันระหว่างทหารไทยกับทหารกัมพูชาที่ชายแดนช่องบก จังหวัดอุบลราชธานี เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2568

นอกจากข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อหลักอย่างกว้างขวางแล้วโซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่างๆ ได้เผยแพร่ข่าวและความเห็นกันอย่างหลากหลาย และแน่นอนว่าความเห็นต่างๆ เต็มไปความเผ็ดร้อนจากอารมณ์โกรธ ด้วยเกรงว่าประวัติศาสตร์จะซ้ำรอยเหมือนครั้งที่เราต้องเสียดินแดนเขาพระวิหารให้กับกัมพูชามาแล้วเมื่อปี 2505

การตอบโต้ที่ล่าช้าและการตอบคำถามที่ขาดความหนักแน่น ต่อท่าทีที่กัมพูชาท้าทายต่อประเทศไทย จึงไม่ทันต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้คนที่ได้รับจากการสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียที่ล่องหน้าไปไกลแล้ว จนถึงกับเกิดเสียงเรียกร้องหาทหารดั่งกระหึ่มโลกโซเชียล ขณะที่ผู้นำฝ่ายตรงข้ามใช้สงครามข่าวสารและจิตวิทยายั่วอยู่ตลอดเวลา

กลไกการโจมตีผ่านโลกโซเชียล

ฝ่ายกัมพูชาใช้แพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเป็นระบบเพื่อสร้างกระแสชาตินิยมและได้กระแสไทยผ่านหลายวิธี โดยใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างกระแสความเป็นชาติ (nationalism) และขับเคลื่อนฟันเฟืองทางข้อมูลผ่านวิธีต่างๆ ทั้งการใช้บัญชีปลอมและบอท (bots, troll farms) สร้างบัญชีจำนวนมากเพื่อโพสต์ข้อมูลได้กระแสไทย หรือกดรายงานเพื่อให้โพสต์ของฝ่ายไทยถูกลบหรือจำกัดการเข้าถึง การเผยแพร่ข่าวปลอม (fake news)



โพสต์ข้อความหรือข่าวที่บิดเบือนข้อเท็จจริงบนแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสร้างความเข้าใจผิดหรือก่อให้เกิดความตึงเครียดระหว่าง สร้างคลิปปลุกเร้าให้เกลียดชัง (hate/inflammatory content) แชร์คลิปโฆษณาเชิญชวนให้รังเกียจคนไทย

ฮุน เซน: ผู้นำกับการใช้สื่อดิจิทัลเป็นอาวุธ

ฮุน เซน ก็เหมือนกับผู้นำโลกคนอื่นๆ ที่มักใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารกับผู้คนเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาล การแสดงจุดยืนทางการเมือง การปรากฏตัวในกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการโฆษณาชวนเชื่อ เพราะโซเชียลมีเดียเป็นกระบอกเสียงที่เข้าถึงผู้คนได้ง่าย รวดเร็วกว้างขวาง และสามารถสื่อสารได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ ที่สำคัญคือทำให้คนทั้งโลกได้รับรู้ถึงสิ่งที่ตัวเองได้สื่อสารออกไป

เฟซบุ๊กของฮุนเซน

ฮุนเซน มีบัญชีเฟซบุ๊กชื่อ Samdech Hun Sen of Cambodia เขาเปิดบัญชีเฟซบุ๊กมาตั้งแต่ปี 2015 ซึ่งครบสิบปีพอดี โดยมี ดวง ดารา (Duong Dara) เป็นผู้ดูแลบัญชีเฟซบุ๊ก และให้คำแนะนำการใช้โซเชียลมีเดียให้กับเขา มีผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กกว่า 14 ล้านคน ท่ามกลางข้อครหาว่าผู้ติดตามส่วนใหญ่ของเขาเป็น “บัญชีผี” (Ghost account) ที่ถูกซื้อมา ซึ่งเขาปฏิเสธว่าไม่เป็นความจริง ฮุนเซน มักใช้เฟซบุ๊กเพื่อแสดงภาพกิจกรรมครอบครัว การถ่ายทอดสดการพูดของเขาในโอกาสต่างๆ รวมทั้งใช้เฟซบุ๊กเพื่อการข่มขู่ศัตรูทางการเมืองของเขาเองด้วย ซึ่งไม่ต่างจากพฤติกรรมของผู้นำที่มีอำนาจเบ็ดเสร็จคนอื่นๆ ที่มักใช้วิธีเดียวกัน

ความก้าวร้าวของเขาทำให้บัญชีเฟซบุ๊กของเขาเกือบถูกปิด เพราะครั้งหนึ่งเขาถูกบอร์ตกำกับดูแลของเฟซบุ๊กตักเตือนว่า เขาใช้คำพูดที่มีเนื้อหาอาจนำไปสู่ความรุนแรงในวิดีโอที่เขาปราศรัยโจมตีนักการเมืองฝ่ายค้านอย่างรุนแรง ที่กล่าวหาว่าพรรคของเขาโมยะคะแนนเสียงเลือกตั้งว่า “พวกเขาจะต้องเผชิญกับการดำเนินคดีทางกฎหมายหรือถูกตีด้วยไม้ หากกล่าวหาว่าพรรครัฐบาลของผสมขโมยคะแนนเสียงในการเลือกตั้งระดับชาติในช่วงปลายปีนี้”

บัญชีของฮุนเซน ถูกเสนอจากบอร์ตกำกับดูแลที่ให้ระงับบัญชีเป็นเวลา 6 เดือน จากพฤติกรรมก้าวร้าวทางภาษาของฮุนเซน ที่ใช้โซเชียลมีเดียในการกำราบคู่แข่งทางการเมือง ที่เรียกว่าการใช้อำนาจทางดิจิทัล (Digital authorization) บนเฟซบุ๊ก ทันทีที่บอร์ตกำกับดูแลประกาศความเห็นสู่สาธารณะ ฮุนเซนก็ปิดบัญชีเฟซบุ๊กของตัวเองประท้วงในทันที และขู่ว่าจะปิดบริการของเฟซบุ๊กในกัมพูชา

อย่างไรก็ตามในภายหลัง บริษัท Meta ซึ่งเป็นบริษัทแม่ของเฟซบุ๊ก ปิดตกข้อเสนอของบอร์ตกำกับดูแลของเฟซบุ๊ก โดยไม่ปิดบัญชีของฮุนเซน ท่ามกลางข้อกังขาของนักกฎหมายและนักสิทธิมนุษยชน โดยพวกเขามองว่าการตัดสินใจและคำอธิบายของ บริษัท Meta ที่ไม่ปิดบัญชีเฟซบุ๊กของ ฮุนเซน คือความล้มเหลวในการเผชิญหน้ากับบทบาทของแพลตฟอร์มของตนต่อความรุนแรงทางการเมือง และดูเหมือนว่าให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางธุรกิจมากกว่าคุณค่าทางประชาธิปไตย ความปลอดภัยสาธารณะ และการพูดคุยที่ไม่ใช้ความรุนแรงในที่สาธารณะ หลังปิดบัญชีเฟซบุ๊กของตัวเองไปเพียง 3 สัปดาห์ ฮุนเซน ก็หวนกลับมาใช้เฟซบุ๊กดังเดิมหลังจากหันไปใช้ “เทเลแกรม” ในการสื่อสารกับผู้คน และมีผู้ติดตามเพียง 100,000 คนเท่านั้น ซึ่งต่างจากจำนวนผู้ติดตามบนเฟซบุ๊กอย่างลิบลับ

ฮุนเซน และผู้คนคนอื่นๆ ทั้งโลกรู้ดีว่า โซเชียลมีเดียคือสื่อที่เข้าถึงผู้คนที่มีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อใดๆ ในยุคนี้ และการเลือกใช้เฟซบุ๊ก คือการเข้าถึงผู้คนได้มากที่สุด เขาจึงต้องหันกลับมาหาเฟซบุ๊กโดยไม่มีทางเลือก แม้ว่าจะเคยข่มขู่จะปิดเฟซบุ๊กในกัมพูชามาแล้วก็ตาม

ฮุนเซน ส่งสัญญาณอะไรบนเฟซบุ๊ก

- การโพสต์เฟซบุ๊กของฮุนเซน มีนัยสำคัญสะท้อนให้เห็นว่า จะไม่รามือเรื่องพื้นที่ชายแดนซึ่งเขามุ่งมั่นมาตลอดว่าบางส่วนเป็นของกัมพูชา

- ใช้โซเชียลมีเดียเป็นเวทีฟ้องชาวโลกว่าเขาคือผู้ถูกรุกราน

- ใช้โซเชียลมีเดียข่มขู่ประเทศไทยว่าจะนำโมเดลเขาพระวิหารที่เคยใช้ได้ผลเมื่อหกสิบกว่าปีก่อน กลับมาใช้อีก

- ปลุกกระแสความรักชาติแก่คนกัมพูชา

- ใช้พฤติกรรมก้าวร้าวบนโซเชียลมีเดียแบบเดิมที่เคยใช้กับคู่แข่งทางการเมืองของเขาในการข่มขู่ประเทศไทยเสมือนตัวเองถือไฟเหนือกว่า



-แสดงถึงมีความมีอำนาจเต็มของตัวเองในการควบคุมทุกสิ่งทุกอย่างในกัมพูชาได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในตำแหน่งนายกรัฐมนตรีแล้วก็ตาม

-โพสต์ของเขาแสดงนัยว่าเขาไม่เคยมองประเทศไทยเป็นเพื่อนบ้านที่ดี

โพสต์ของฮุนเซน เป็นการแสดงออกที่ไม่ได้แสดงพลังของตัวเองเองธรรมดาๆ เท่านั้น แต่เป็นข้อความที่มีการเตรียมการมาอย่างดี เพื่อหวังผลทางการเมืองทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ และใช้ภาษาล่อเป้าที่กระตุ้นอารมณ์ (Emotive language) ของคนทั้งสองประเทศ ซึ่งเป็นเหมือนข้อความที่บังคับให้คนอ่านมีอารมณ์ที่จะต้องตอบโต้ในทันที คำโพสต์ของฮุนเซน ใช้ภาษาล่อเป้าที่ทำให้ทั้งคนไทยและคนกัมพูชาซึ่งมีอารมณ์คุกรุ่นอยู่เป็นทุนเดิมอยู่แล้วต้องเข้าไปอ่าน รวมทั้งแสดงความเห็นทั้งสนับสนุนและโต้ตอบอย่างดุเดือดจน กระทั่งฝั่งกัมพูชาต้องมีการปิดกั้นไม่ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่อยู่ในประเทศไทยได้เห็นโพสต์นั้นอีกต่อไป ข้อความที่ปรากฏบนโซเชียลมีเดียของฮุนเซน และผู้นำประเทศคนอื่นๆ มักทำให้เกิดคำถามว่าข้อความเหล่านั้นเป็นจริงเป็นจังและเชื่อมั่นได้มากน้อยเพียงใด

จากการศึกษาพบว่าคนทั่วไปมักยอมรับว่า ข้อความที่ผู้นำประเทศต่างๆ โพสต์บนโซเชียลมีเดีย มักเป็นสัญญาณทำนองเดียวกับแถลงการณ์อย่างเป็นทางการ (Official statement) ของประเทศนั้นๆ การโพสต์ต่างๆ ของผู้นำประเทศจึงไม่ใช่ข้อความเล่นๆ ที่ควรมองข้าม ข้อความบนเฟซบุ๊กของฮุนเซนก็ไม่ต่างกัน เพราะเพียง 4 วันจากโพสต์แรกของเขาบนเฟซบุ๊ก เขาได้โพสต์เฟซบุ๊กอีกครั้งเพื่อยืนยันคำพูดในโพสต์ก่อนหน้านี้ของเขาว่า สถานิติบัญญัติแห่งชาติและวุฒิสภาของกัมพูชามีมติเห็นชอบให้นายกรัฐมนตรีกัมพูชายื่นข้อพิพาทชายแดนระหว่างกัมพูชากับประเทศไทยต่อศาลโลก ซึ่งพิสูจน์ให้เห็นว่าข้อความบนเฟซบุ๊กของฮุนเซนกับมติสภาและแถลงการณ์ที่เป็นทางการของกัมพูชาเป็นไปในทางเดียวกันไม่ผิดเพี้ยน

การแต่งตั้ง “นุ้ม ปนัดดา” กับยุทธศาสตร์ได้กลับ



วันที่ 8 สิงหาคม 2568 รัฐมนตรีช่วยกลาโหม พล.อ. อนุรักษ์ นาคพาณิชย์ ได้แต่งตั้ง ปนัดดา วงศ์ผู้ดี (นุ้ม ปนัดดา) เป็นโฆษกจิตอาสาของ เพื่อสวนกลับข้อความ “เฟกนิวส์” จาก พล.ท.หญิง มาลี โสเจียตา โฆษกกลาโหมกัมพูชาในโลกออนไลน์ การดำรงตำแหน่งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้าง ความชัดเจนทางข้อมูล และตอบโต้ข่าวสารที่บิดเบือนได้ทันทั่วทั้งที่ ด้วยจุดยืนว่า “สื่อออนไลน์คือสนามหลักของสงคราม

ข้อมูลระหว่างประเทศ” เพื่อลดแรงกดดันต่อผู้บริโภคว่า การมีนุ้มเป็นโฆษกช่วยเบรกกระแสข้อมูลบิดเบือน ลดความสับสนในสังคม และสร้างช่องทางให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลเชิงบวก ในการตอบโต้เชิงจิตวิทยา นุ้มเล่นบท “ตัวแทนไทย” ที่แข็งแกร่งเพื่อรับมือท่าที “ก้าวร้าว” ของฝ่ายกัมพูชา โดยใช้สื่อเป็นสะพานเชื่อมความเข้าใจในระดับประชาชน โฆษกที่เป็นบุคคลที่ประชาชนรู้จัก เข้าไปในพื้นที่จริง และเคยทำงานจิตอาสา ช่วยให้ภาพลักษณ์ไม่ใช่ ‘รัฐนิยมล้วนๆ’ แต่เป็นพันธมิตรกับประชาชน

การแต่งตั้งบูม ปันดดา ไม่เพียงแต่เป็นการตอบโต้ “สงครามข่าวสาร” อย่างมีศิลปะและชัดเจนเท่านั้น แต่ยังเป็น ยุทธศาสตร์สื่อสารเชิงรุก ที่คนทั่วไปสามารถเรียนรู้ได้ เพื่อนำไปต่อยอดในการสร้าง ความเท่าเทียมของ ข้อมูล ในภาวะที่โซเชียลมีเดียกลายเป็นสนามความขัดแย้งและสร้างกระแสได้เร็ว

เหตุใดโซเชียลมีเดียจึงทรงอิทธิพล

ความขาดแคลนสื่ออิสระ กัมพูชายังคงเผชิญกับการควบคุมสื่อ ทำให้รัฐหรือบุคคลมีอำนาจสร้างเนื้อหา มวลได้ง่าย โดยไม่มีการตรวจสอบอิสระ ประวัติศาสตร์และอุดมการณ์ชาตินิยม ความขัดแย้งเชิงประวัติศาสตร์ เช่น เรื่องวัฒนธรรมร่วมที่ถูกแยกแยะ และความรู้สึกร่วมที่ถูกถ่ายทอดผ่านโซเชียล มีผลให้กระแสนิยมฝังกัมพูชา ถูกสร้างขึ้นอย่างเข้มข้น

การเมืองระดับสูง บุคคลเช่นฮุน เซ็น ยังใช้โซเชียลมีเดียเพื่อแสดงอิทธิพลและสนับสนุนสงครามข้อมูล เห็น ได้จากการโพสต์ภาพตัวเองในชุดทหารและเรียกกำลังสู้รบ

โซเชียลมีเดียกลายเป็นสนามทำทลายใหม่ในความขัดแย้งไทย-กัมพูชา โดยฝ่ายกัมพูชานำมาใช้สร้างกระแส ความชาตินิยม, โจมตีประชาชนและรัฐไทย พร้อมกับการควบคุมสื่อภายในประเทศ วิถีตอบสนองของไทยควร รวมถึงการเสริมสื่ออิสระ พัฒนาทักษะวิเคราะห์ข่าว และขยายความร่วมมือในระดับภูมิภาคเพื่อสร้างพื้นที่สื่อที่ เป็นธรรมและสร้างสันติภาพระยะยาว

การโพสต์ข้อความของผู้นำประเทศต่างๆ บนโซเชียลมีเดียมักชี้นำผู้คนไปในสองแนวทางเสมอ ผู้นำบางคน ใช้โซเชียลมีเดียโพสต์ข้อความเพื่อให้เหตุการณ์บรรเทาความตึงเครียดและลดความขัดแย้งลง ในขณะที่ผู้นำบางคน ใช้โซเชียลมีเดียเพื่อโพสต์ข้อความที่เพิ่มระดับความขัดแย้งให้มากยิ่งขึ้น และมักนำไปสู่ความรุนแรง ซึ่งขึ้นอยู่กับ ผู้นำของประเทศนั้นๆ ว่า ตั้งใจจะนำพาประเทศและอารมณ์ของผู้คนไปในทิศทางใด

ข้อความบนเฟซบุ๊กของฮุนเซนที่ปรากฏต่อสายตาคนไทยและชาวโลก พิสูจน์ให้เห็นว่า เขาเปี่ยมผู้นำ ประเททหลัง ซึ่งเลือกที่จะไม่ใช่แนวทางที่นำไปสู่ความสันติ แต่พร้อมที่จะเผชิญหน้ากับประเทศไทยตลอดเวลา

พ.อ.หญิง ฌัก ภัคคะกรณ์

อจ. หก. สมย. วทบ.

อ้างอิง

1. <https://www.isranews.org/article/south-news/south-slide/138590-hunsencambodia.html>
2. <https://mgronline.com/politics/detail/>
3. <https://www.nationthailand.com/news/general/>