



เอกสารวิชาการส่วนบุคคล
(Individual Study)

โซเซียลมีเดียกับความอ่อนไหวของนิติธรรมที่มีต่อประชาธิปไตยในประเทศไทย:
กรณีศึกษาผลกระทบของข่าวลวงในภาคธุรกิจ

จัดทำโดย นางอรสา วงศาโรจน์
รหัส ๖๘๑๓๔๗

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการอบรม
หลักสูตร “หลักนิติธรรมเพื่อประชาธิปไตย” (นรป.) รุ่นที่ ๑๓
วิทยาลัยศาลรัฐธรรมนูญ
สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ

ลิขสิทธิ์ของสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ

โซเชี่ยลมีเดียกับความอ่อนไหวของนิติธรรมที่มีต่อประชาธิปไตยในประเทศไทย: กรณีศึกษาผลกระทบของข่าวลวงในภาคธุรกิจ

นางอรสา วงศาโรจน์^๑

บทคัดย่อ

ในยุคดิจิทัล ข่าวลวง (Fake News) ได้กลายเป็นภัยคุกคามต่อทั้งภาคธุรกิจและระบอบประชาธิปไตยในประเทศไทย โดยบทความนี้มุ่งวิเคราะห์ผลกระทบของข่าวลวงต่อความน่าเชื่อถือของภาคธุรกิจไทย ผ่านกรณีศึกษาทางสังคมและกฎหมาย และพิจารณาความสอดคล้องระหว่างการใช้บังคับใช้กฎหมายกับหลักนิติธรรม (Rule of Law) ในบริบทการจัดการข้อมูลเท็จ โดยพบว่าการใช้กฎหมาย เช่น พ.ร.บ. คอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. ๒๕๖๐ ยังมีความคลุมเครือในการตีความ “ข้อมูลเท็จ” และขาดกลไกการตรวจสอบถ่วงดุล ส่งผลให้หลักนิติธรรมอ่อนแอ และอาจนำไปสู่การลดทอนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ขณะเดียวกัน ข่าวลวงยังบ่อนทำลายความเชื่อมั่นในแบรนด์และสร้างต้นทุนทางเศรษฐกิจแก่ภาคธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่พึ่งพาความเชื่อของผู้บริโภค บทความเสนอแนะทางการดำเนินนโยบายเชิงสมดุลและการใช้เทคโนโลยี เช่น AI, ระบบ Fast-Checking และเครือข่ายสังคม ในการสร้างกลไกจัดการข่าวปลอมที่คำนึงถึงทั้งความมั่นคงของข้อมูลและการคุ้มครองเสรีภาพในระบอบประชาธิปไตย

คำสำคัญ ข่าวลวง, ธุรกิจ, หลักนิติธรรม

^๑ ประธานกรรมการบริษัท โอ ดับเบิลยู พลัส ๔๑๔ จำกัด

Social media and the Fragility of the Rule of Law in Thai Democracy: A Case Study on the Impact of Fake News in Business Sector

Orasa Wongsaroj^๑

Abstract

In the digital era, fake news has emerged as a serious threat to both business sectors and democratic governance in Thailand. This article analyzes the impact of fake news on the credibility of Thai businesses through socio-legal case studies and examines the alignment between law enforcement and the rule of law in managing misinformation. It finds that current legal measures, particularly the Computer Crime Act (2007, amended 2017), remain vague in defining “false information” and lack independent oversight mechanisms, thereby weakening the rule of law and risking the suppression of freedom of expression. Simultaneously, fake news significantly undermines consumer trust and imposes reputational and financial costs, especially on businesses relying on brand integrity. The article proposes a balanced policy approach and technological solutions—including AI, fast-checking systems, and social network engagement—to establish a fake news management framework that protects both information security and democratic freedoms.

Keywords Fake News, Business, Rule of Law

^๑ Chairman of the Board of Directors, O W Plus 414 Co., Ltd.

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและไร้ขอบเขต ปรากฏการณ์ “ข่าวลวง” (Fake News) ได้กลายเป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญที่ท้าทายการดำรงอยู่ของระบอบประชาธิปไตย เสถียรภาพของสังคม และความเชื่อมั่นในภาคธุรกิจ โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งมีการบริโภคข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์และโซเชียลมีเดีย (Social Media) อย่างแพร่หลาย พบว่าข่าวลวงสามารถสร้างผลกระทบในหลายมิติ ทั้งการบิดเบือนข้อเท็จจริงในประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ตลอดจนส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค (Waisbord, 2023; López-Cabarcos et al., 2022)

ภาคธุรกิจไทย โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่พึ่งพาความน่าเชื่อถือของแบรนด์ มีความเสี่ยงสูงต่อการตกเป็นเป้าของข่าวปลอม ทั้งในรูปแบบของข้อมูลอันเป็นเท็จเกี่ยวกับสินค้าและบริการ หรือการโจมตีเชิงอุดมการณ์ ซึ่งนำไปสู่ความเสียหายต่อชื่อเสียง ยอดขาย การลงทุน และความเชื่อมั่นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เฉลิมชัย และ ธัญญนันท์, ๒๕๖๑; Zhou et al., 2024) นอกจากนี้ ข่าวปลอมที่ถูกเผยแพร่ในลักษณะที่จูงใจให้เกิดความเข้าใจผิด ยังมีแนวโน้มถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง โดยเฉพาะในบริบทที่รัฐขาดกลไกการกำกับดูแลที่ยึดหลักนิติธรรม

หลักนิติธรรม (Rule of Law) ในสังคมประชาธิปไตยมีบทบาทสำคัญในการประกันสิทธิและเสรีภาพของประชาชน รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ภาคธุรกิจในฐานะกลไกที่ทำให้การบังคับใช้กฎหมายเป็นไปอย่างชอบธรรม เท่าเทียม และตรวจสอบได้ (Fuller, 1969; Waldron, 2016) อย่างไรก็ตาม ในกรณีของประเทศไทย มีข้อกังวลว่า การใช้นโยบายและกฎหมายในการจัดการข่าวปลอมในบางครั้งอาจมีลักษณะของการตีความกฎหมายอย่างกว้างขวางและเลือกปฏิบัติ ซึ่งส่งผลให้เกิดการลดทอนเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของภาคธุรกิจและประชาชน (สาวตรี, ๒๕๖๔)

จากปัญหาดังกล่าว การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) วิเคราะห์ผลกระทบของข่าวลวงที่มีต่อภาคธุรกิจไทย โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับโซเชียลมีเดียและการบริโภคข้อมูลข่าวสารออนไลน์ ๒) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข่าวลวง หลักนิติธรรม และประชาธิปไตยไทย ผ่านการวิเคราะห์แนวทางการบังคับใช้กฎหมาย และ ๓) เสนอแนวทางเชิงนโยบายและเทคโนโลยีในการจัดการข่าวปลอมที่สามารถสร้างสมดุลระหว่างการคุ้มครองข้อมูล ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนและภาคธุรกิจ โดยมีขอบเขตของการศึกษาอยู่ที่การวิเคราะห์เอกสารวิชาการ กฎหมาย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับประเทศและสากล รวมถึงกรณีศึกษาที่สะท้อนความเปราะบางของหลักนิติธรรมในการจัดการข่าวปลอมในสังคมไทย เพื่อประเมินศักยภาพของนโยบายและกลไกที่เหมาะสมในบริบทของระบอบประชาธิปไตยเชิงนิติธรรม

ข่าวลวง (Fake News)

ข้อมูลข่าวสารสามารถถูกเผยแพร่และเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อโซเชียลมีเดีย ปรากฏการณ์ “ข่าวปลอม” (Fake News) จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นการเมือง สังคม หรือภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทยที่การบริโภคข่าวผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวัน Allcott และ Gentzkow (2017) ให้คำนิยามข่าวปลอมว่าเป็น “บทความข่าวที่จงใจบิดเบือนและสามารถตรวจสอบได้ว่าเป็นเท็จ ซึ่งมีศักยภาพในการหลอกลวงผู้อ่าน” การมีเจตนาเพื่อหลอกลวงจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้ข่าวดังกล่าวจัดอยู่ในกลุ่มข่าวปลอมโดยสมบูรณ์ ดังนั้นข่าวปลอมมิใช่เพียงข่าวที่มีข้อมูลผิดพลาดเท่านั้น หากแต่หมายถึงข่าวที่ถูกสร้างหรือบิดเบือนขึ้นโดยเจตนา เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจผิด โดยมักเลียนแบบลักษณะของข่าวจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เมื่อพิจารณาคำจำกัดความของข่าวปลอมจากลักษณะของข้อมูล Wardle และ Derakhshan (2017) เสนอกรอบแนวคิด “Information Disorder” ซึ่งแบ่งความผิดปกติของข้อมูลออกเป็นสามประเภท ได้แก่ (๑) Misinformation – ข้อมูลที่ผิดพลาดโดยไม่มีเจตนา (๒) Disinformation – ข้อมูลที่ผิดโดยเจตนาให้เข้าใจผิด และ (๓) Malinformation – ข้อมูลจริงที่ถูกนำมาใช้ในบริบทที่สร้างความเสียหาย เช่น การแฉข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น ความแตกต่างนี้ช่วยให้เข้าใจว่าปรากฏการณ์ข่าวปลอมไม่ได้มีรูปแบบเดียว แต่มีความหลากหลายและมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ในด้านกฎหมาย Klein และ Wueller (2017) เสนอว่า ข่าวปลอมในเชิงกฎหมายหมายถึง “การเผยแพร่ข้อมูลที่บิดเบือนหรือเท็จอย่างรู้เท่าทันผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองหรือการค้าอันละเมิดกฎหมาย เช่น คดีหมิ่นประมาท การหลอกลวง หรือการโฆษณาเท็จ” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข่าวปลอมอาจมีผลกระทบที่ส่งต่อถึงกระบวนการยุติธรรมและเศรษฐกิจของประเทศ

การแพร่ระบาดของข่าวปลอมเป็นที่มาของการเรียกยุคสมัย “หลังความจริง” หรือ “Post-Truth” คือ สภาวะที่ “อารมณ์ ความเชื่อส่วนบุคคล หรือความรู้สึก มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของสาธารณะมากกว่าข้อเท็จจริงที่ตรวจสอบได้” โดยเฉพาะในวงการเมืองและสื่อสารสาธารณะ (Oxford Dictionaries, 2016) สภาวะเช่นนี้เอื้อให้ข่าวปลอมแพร่กระจายได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะในสื่อสังคมที่ผู้ใช้งานมักเลือกเสพเฉพาะข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อของตนเอง Kalpokas (2020) กล่าวว่า “Post-truth คือการร่วมสร้างเรื่องแต่งที่ทำให้ความแตกต่างระหว่างความจริงกับความเท็จไม่สำคัญอีกต่อไป” ซึ่งเกิดขึ้นจากกรอบทางจิตใจ สังคม และเทคโนโลยี เช่น การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อสร้าง “เรื่องเล่าเพื่อความต้องการของผู้รับ” (Affiliative Truths)

เมื่อพิจารณาในประเด็นการนำเสนอของสื่อ ทฤษฎีการจัดวาระข่าว (Agenda Setting) ของ McCombs และ Shaw (1972) ยังช่วยอธิบายว่า สื่อไม่ได้ชี้นำโดยตรงให้ประชาชนคิดอย่างไร แต่มีอำนาจในการกำหนด “สิ่งที่ประชาชนควรให้ความสนใจ” ข่าวปลอมจึงสามารถบิดเบือนวาระสำคัญของสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะเมื่อใช้ประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชนมาแต่งเติมให้คลาดเคลื่อนจากข้อเท็จจริง ซึ่งเชื่อมโยงถึงทฤษฎี “การแพร่กระจายนวัตกรรม” (Diffusion of Innovations) โดย Rogers (1962) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มแรกที่ยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ

หรือกลุ่มทันสมัย (Early Adopters หรือ Early Majority) มีบทบาทสำคัญในการส่งต่อข่าวสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้ข่าวปลอมสามารถกระจายได้รวดเร็วกว่าข่าวจริงในบางกรณี

จากข้อมูลที่ได้อธิบายในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ข่าวปลอม คือ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกสร้างหรือบิดเบือนอย่างตั้งใจ เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจผิด ซึ่งมักอาศัยช่องทางออนไลน์ และแหล่งข้อมูลปลอมแปลงเพื่อจุดประสงค์ทางการเมือง เศรษฐกิจ หรือสังคม และข่าวปลอมมิใช่เพียงปรากฏการณ์ของการสื่อสารที่ผิดพลาด แต่เป็นผลลัพธ์ของการบรรจบกันระหว่างปัจจัยทางเทคโนโลยี พฤติกรรมมนุษย์ และแรงจูงใจเชิงโครงสร้าง ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบเป็นวงกว้างในหลายมิติ

ผลกระทบของข่าวลวงที่มีต่อภาคธุรกิจ

ข่าวปลอม (Fake News) เป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อภาคธุรกิจ ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ การเงิน และชื่อเสียงองค์กร โดยในบทความนี้จะวิเคราะห์ผลกระทบของข่าวปลอมในสามมิติ ได้แก่ ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ ความผันผวนของตลาดทุน และการสูญเสียชื่อเสียงขององค์กร

๑) ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

ข่าวปลอมสามารถสร้างแรงกระเพื่อมทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะข่าวปลอมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งมีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและนักลงทุน งานศึกษาของ Assenza, Collard, Fève และ Huber (2024) ประเมินผลกระทบของข่าวปลอม พบว่าข่าวปลอมส่งผลให้ดัชนีความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อการผลิตภาคอุตสาหกรรม อัตราการว่างงาน และพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน เช่น การลดการใช้จ่ายในสินค้า และการเพิ่มอัตราการออม นอกจากนี้ Baker, Bloom และ Davis (2016) ยังพบว่าความไม่แน่นอนที่เพิ่มขึ้นจากข่าวลวงสามารถลดมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product หรือ GDP) ของประเทศสหรัฐอเมริกาถึงประมาณร้อยละ ๐.๕ - ๐.๗ ต่อปี คิดเป็นมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจประมาณ ๑๐๐ - ๑๕๐ พันล้านดอลลาร์สหรัฐในแต่ละปี

ในประเทศไทย หากพิจารณาความเสียหายจากข่าวปลอมเป็นดัชนีความไม่แน่นอนที่ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมเศรษฐกิจในระดับมหภาค พบว่าเศรษฐกิจสามารถหดตัวได้ประมาณร้อยละ ๑ - ๒ และเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความผันผวนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศได้มากถึงร้อยละ ๓๐ ผ่านช่องทางการลงทุน การค้า และตลาดการเงิน (Apaitan et al., 2021) ตัวอย่างการประเมินมูลค่าความเสียหาย เช่น จากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของไทยประมาณ ๑๗.๙๒ ล้านบาท การหดตัวของเศรษฐกิจจะเทียบเท่าความเสียหายเชิงผลิตภาพมูลค่ารวม ๑๗๙ - ๓๕๘ พันล้านบาท ในระยะเวลาเพียงหนึ่งปี และหากพิจารณาความเสียหายในระดับจุลภาพจากข่าวลวงออนไลน์ หรือการหลอกลวงออนไลน์ ความเสียหายจากอาชญากรรมออนไลน์ในประเทศไทยปี พ.ศ. ๒๕๖๗ สูงราว ๖๐,๐๐๐ ล้านบาท เป็นมูลค่าต้นทุนค่าเสียโอกาสทางเศรษฐกิจโดยตรงสำหรับครัวเรือนและธุรกิจ (Nation Thailand, 2025)

๒) ความผันผวนของตลาดหุ้น

ข่าวปลอมส่งผลต่อเสถียรภาพของตลาดการเงิน โดยเฉพาะตลาดหุ้น งานศึกษาของ Arcuri, Gandolfi และ Russo (2023) วิเคราะห์ผลกระทบของข่าวลวงต่อราคาหุ้นและพบว่าข่าวที่เผยแพร่โดยไม่มีการตรวจสอบสามารถสร้างผลกระทบอย่างฉับพลันต่อการตัดสินใจของนักลงทุน ส่งผลให้เกิดการซื้อขายผิดพลาด (Mispricing) และทำให้เกิดความผันผวนสูงเกินจริงในตลาดหุ้น ตัวอย่างที่ชัดเจน คือกรณีปีพ.ศ. ๒๕๕๖ (ค.ศ. ๒๐๑๓) ดิจิทัลแพลตฟอร์มของสำนักข่าวแห่งหนึ่งได้ถูกเจาะระบบโดยไม่ได้รับอนุญาต และมีการโพสต์ข่าวปลอมว่าเกิดเหตุระเบิดที่ทำเนียบขาวและประธานาธิบดีโอบามาได้รับบาดเจ็บ ข่าวดังกล่าวทำให้ดัชนีดาวโจนส์ร่วงลงทันที ๑๕๐ จุด ภายในเวลาไม่กี่นาที และมูลค่าตลาดสูญเสียไปราว ๑๓๖ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ก่อนที่ตลาดจะฟื้นตัวหลังมีการชี้แจงว่าเป็นข่าวเท็จ (Guss, 2021)

ตัวอย่างข่าวปลอมที่สร้างมูลค่าความเสียหายต่อตลาดหุ้นในประเทศไทย คือ กรณี Stark Corporation ได้ทุจริตตกแต่งบัญชีและสร้างยอดขายปลอม ส่งผลให้ราคาหุ้นเกิดความผันผวน ราคาหุ้นร่วงถึงร้อยละ ๙๒ และเกิดมูลค่าความเสียหายประมาณ ๗.๕ พันล้านบาท (Nation Thailand, 2024) หรือกรณีหุ้น Energy Absolute (EA) แม้จะไม่ใช้ข่าวปลอมโดยตรง แต่สถานการณ์ผู้บริหารถูกกล่าวหาว่าทุจริตทำให้หุ้น EA ร่วงเกือบร้อยละ ๓๐ ในระยะเวลาสองวันติดต่อกัน (Reuters, 2024) และในช่วงต้นปี พ.ศ. ๒๕๖๘ ได้มีข่าวปลอมเกี่ยวกับการลงทุนในตลาดหุ้น โดยเฉพาะการหลอกลวงผ่านช่องทางออนไลน์หรือโทรศัพท์ โดยผู้เสียหายถูกหลอกให้ลงทุนในหุ้นที่อ้างว่าจะให้ผลตอบแทนสูง ผ่านการแอบอ้างชื่อบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เกิดมูลค่าความเสียหาย ๒๒๐,๐๐๐ บาทในเวลาเพียงสองวัน รวมถึงมีการรายงานการชักชวนให้ลงทุนหุ้นปลอมให้ผลตอบแทนสูง เกิดความเสียหายรวมมากกว่า ๑๖ ล้านบาท (ThaiPBS, 2025) ตัวเลขเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าข่าวปลอม ไม่เพียงแต่นำไปสู่ความผันผวนของราคาหุ้น แต่ยังส่งผลสำคัญเชิงเศรษฐกิจต่อนักลงทุนรายย่อยในประเทศไทย

๓) ผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจจากการสูญเสียชื่อเสียงขององค์กร

ในระดับองค์กร ข่าวปลอมสามารถสร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงอย่างรุนแรง ซึ่งส่งผลต่อยอดขาย ราคาหุ้น และความไว้วางใจของผู้บริโภค ตัวอย่าง บริษัทบางแห่งในประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อถูกกล่าวหาว่าฉ้อโกง บกสือสังคมว่าออกแถลงการณ์ในเชิงการเมือง ซึ่งไม่เป็นความจริง แต่กลับนำไปสู่การรณรงค์คว่ำบาตรในบางกลุ่มผู้บริโภค ส่งผลให้ยอดขายในบางภูมิภาคลดลงในระยะสั้น ในกรณีนี้ Gilliam และ Weller (๒๐๑๘) ระบุว่าในยุคที่ข่าวลวงสามารถกระจายได้รวดเร็ว บริษัทเอกชนต้องมีระบบจัดการสื่อสารเชิงรุกและระบบติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด เพื่อลดผลกระทบด้านชื่อเสียงและความไว้วางใจ

ในปี พ.ศ. ๒๕๖๔ นมข้นหวานชื่อดังของไทยถูกโจมตีโดยการเผยแพร่ข่าวปลอมผ่านโซเชียลมีเดียใส่ร้ายว่าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพด้อยหรือไม่ปลอดภัย ซึ่งไม่เป็นความจริง แต่ข่าวปลอมนี้ถูกกระจายอย่างรวดเร็ว สร้างความเสียหายต่อชื่อเสียงของแบรนด์อย่างรุนแรง จนนำไปสู่การสอบสวนโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจและการดำเนินคดีของบริษัทผู้เสียหาย (Ninjakantalad, 2021) เหตุการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า

ข่าวปลอมในระดับองค์กรสามารถสร้างความเสียหายด้านชื่อเสียงที่มีความรุนแรงสูง และอาจส่งผลในวงกว้างถึงยอดขายและความไว้วางใจของผู้บริโภค

ในประเทศไทย ข่าวปลอม (fake news) ได้กลายเป็นเครื่องมือที่สามารถปลุกเร้าทัศนคติของประชาชนในวงกว้าง โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม ศาสนา ซึ่งมักส่งผลต่อความรู้สึกและการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมีอคติ สถานการณ์เช่นนี้สร้างแรงกระตุ้นอย่างรุนแรงต่อภาคธุรกิจเนื่องจากความไว้วางใจที่ประชาชนมีต่อแบรนด์และองค์กรกลายเป็นเรื่องเปราะบาง และสามารถถูกทำลายได้ด้วยข้อมูลเท็จที่แพร่กระจายอย่างไม่ยั้งคิด ปรัชญาการณืที่อธิบายพฤติกรรมที่ตัดสินใจข่าวปลอมด้วยอคติได้ดี คือ “ความเอนเอียงเชิงอคติ” (Confirmation Bias) ซึ่งหมายถึงแนวโน้มที่บุคคลจะเลือกเชื่อเฉพาะข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อเดิมของตนเอง และปฏิเสธข้อมูลที่ขัดแย้งกับความเชื่อนั้น (Nickerson, 1998) สุวัฒน์ เอมสัมฤทธิ์ (๒๕๖๑) ศึกษากรณีการแสดงความคิดเห็นผ่านเฟซบุ๊กต่อข่าวปลอมเกี่ยวกับองค์กรภาคเอกชนในประเทศไทย พบว่า ผู้บริโภคจำนวนมากมีแนวโน้มที่จะยืนยันข่าวที่ตนเชื่อว่า “น่าจะจริง” แม้จะไม่มีหลักฐานรองรับ และแสดงความคิดเห็นในเชิงลบต่อองค์กรอย่างรุนแรง ตัวอย่างหนึ่งคือกรณีข่าวปลอมเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งที่ถูกกล่าวหาว่าเลือกปฏิบัติต่อกลุ่มผู้บริโภคบางกลุ่ม ส่งผลให้เกิดการแสดงความไม่พอใจบนโลกออนไลน์ และเกิดกระแสคว่ำบาตร แม้ในภายหลังจะมีการพิสูจน์ว่าข่าวนั้นไม่เป็นความจริงก็ตาม วิไลวรรณ จงวิไลเกษม (๒๕๖๔) ยังชี้ให้เห็นว่าในหลายกรณี ข่าวปลอมเกี่ยวกับองค์กรธุรกิจมักมาจากผู้ไม่ประสงค์ดีหรือกลุ่มที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองแบบสุดโต่ง โดยมีเป้าหมายในการทำลายความเชื่อถือของแบรนด์ต่อกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม เช่น ข่าวปลอมที่กล่าวหาแบรนด์เครื่องดื่มรายหนึ่งว่าให้การสนับสนุนกลุ่มการเมืองฝ่ายตรงข้าม ทำให้เกิดการถกเถียงในสังคมออนไลน์และยอดขายลดลงในบางพื้นที่ ทั้งที่แบรนด์นั้นไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเมืองเลย ข่าวปลอมที่เผยแพร่ในรูปแบบคล้ายสื่อมวลชนที่น่าเชื่อถือส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความคลางแคลงใจ ไม่เพียงแต่ต่อเนื้อหาข่าวเท็จแต่ยังรวมถึงแบรนด์สินค้า บริการ หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องด้วย (เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล และ ชาญณนัท ญัฐวิบูลย์, ๒๕๖๑) องค์กรธุรกิจต้องเผชิญกับภาระในการ “ลบล้างข่าวปลอม” ผ่านการชี้แจง แลลงข่าว หรือแคมเปญประชาสัมพันธ์ ทำให้เสียทั้งทรัพยากรและเวลาโดยไม่จำเป็น (สาวตรี สุขศรี, ๒๕๖๗) สะท้อนถึงต้นทุนที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจสื่อและการตลาดออนไลน์ที่จำเป็นต้องออกแบบแคมเปญโดยคำนึงถึงความเสี่ยงจากข้อมูลผิดพลาด หรือการโจมตีเชิงข้อมูลจากคู่แข่งหรือผู้ไม่หวังดี บทความของภาณุพงศ์ มาลัยน้อย (๒๕๖๕) ได้เสนอแนะภูมิวิพากษ์เกี่ยวกับการบังคับใช้นโยบายต่อต้านข่าวปลอมที่อาจส่งผลกระทบต่อเสรีภาพทางธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก ที่อาจได้รับผลกระทบจากการตรวจสอบข้อมูลอย่างเข้มข้นจนเกิดภาระเกินความจำเป็น

กล่าวโดยสรุป ข่าวปลอมจึงไม่ใช่เพียงปัญหาด้านการสื่อสาร ความเอนเอียงเชิงอคติที่เกิดจากข่าวปลอมมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการบั่นทอนความน่าเชื่อถือของภาคธุรกิจ โดยเฉพาะในสังคมที่ผู้บริโภคใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นแหล่งข่าวหลัก การรับมือกับปัญหานี้จึงไม่ควรจำกัดอยู่เพียงการจัดการด้านข้อมูลข่าวสารเท่านั้น หากแต่ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริม “ความรู้เท่าทันสื่อ” และการสร้างกลไกทางสังคมที่ยับยั้งอคติในการเสพข่าว ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาคธุรกิจ ภาครัฐ และภาคประชาชน

พร้อมทั้งการออกแบบนโยบายและเทคโนโลยีที่คำนึงถึงสมดุลระหว่าง “ความมั่นคงของข้อมูล” กับ “เสรีภาพของตลาด”

ผลการสังเคราะห์มาตรการการจัดการข่าวลวงในต่างประเทศ

จากการสังเคราะห์เนื้อหาบทความในต่างประเทศ สามารถสรุปมาตรการการจัดการข่าวลวงในต่างประเทศได้เป็น ๓ ลักษณะ

๑) การใช้กฎหมายความมั่นคงและการควบคุมโดยรัฐ

หลายประเทศใช้มาตรการด้านกฎหมายเพื่อจัดการกับข่าวปลอม โดยเฉพาะกฎหมายความมั่นคงและกฎหมายควบคุมข้อมูลออนไลน์ ซึ่งรวมถึงการให้อำนาจแก่หน่วยงานรัฐในการลบเนื้อหาหรือบล็อกเว็บไซต์ที่เผยแพร่ข่าวลวง โดยมีข้อสังเกตว่า มาตรการลักษณะนี้มักถูกวิพากษ์ว่าเป็นการคุกคามเสรีภาพในการแสดงออก (Marsden & Meyer, ๒๐๒๑) ตัวอย่างเช่น เยอรมนี ออกกฎหมาย NetzDG บังคับให้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายภายใน ๒๔ ชั่วโมง มิฉะนั้นจะถูกปรับ (Marsden & Meyer, 2021) สิงคโปร์ ใช้กฎหมาย POFMA (Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act) ที่อนุญาตให้รัฐบาลออก “คำชี้แจง” และสั่งลบเนื้อหาที่รัฐเห็นว่าเป็นเท็จได้ และในกรณีของประเทศเกาหลีใต้ รัฐบาลไม่ได้ควบคุมโดยตรง แต่พรรคการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์ใช้ข่าวปลอมเพื่อหวังผลทางการเมืองในช่วงเลือกตั้งปีค.ศ. ๒๐๒๐ (Sheehy et al., 2024) กล่าวคือ มาตรการนี้ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองและจำกัดเสรีภาพของสื่อ (Marsden & Meyer, 2021)

๒) การสร้างระบบ Fact-Checking และการใช้เทคโนโลยี

เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น Artificial Intelligence (AI) และ Natural Language Processing (NLP) ถูกนำมาใช้เพื่อตรวจจับ วิเคราะห์ และจำแนกข่าวปลอมออกจากข่าวจริง โดยเฉพาะในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย Fazio et al. (2022) อธิบายการพัฒนา AI ที่สามารถเรียนรู้จากการจัดอันดับของผู้ใช้งานในเรื่อง “ความน่าเชื่อถือ” ของเนื้อหา และเสนอแบบจำลองการฝึก AI ที่ใช้ความเห็นของผู้ใช้ อย่างมีประสิทธิภาพ ดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่าง YouTube และ Facebook ได้นำระบบ NLP และ Content Moderation Algorithm มาช่วยกรองข่าวปลอมโดยอัตโนมัติ Sheehy et al. (2024) ใช้ Social Network Analysis (SNA) และ Semantic Network Analysis วิเคราะห์การแพร่กระจายข่าวลวงผ่าน YouTube และพบว่าเนื้อหาปลอมมีการใช้ภาษาที่กระตุ้นอารมณ์และแพร่เร็วกว่า อย่างไรก็ตาม แม้เทคโนโลยีจะช่วยกรองข่าวได้ระดับหนึ่ง แต่ยังมีข้อจำกัด เช่น ความเอนเอียงของข้อมูล และการปรับตัวของผู้เผยแพร่ข่าวปลอมส่งผลให้หลีกเลี่ยงการตรวจจับได้ (Fazio et al., 2022)

๓) การสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อจัดการข่าวปลอม

การสร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อการจัดการข่าวปลอมมิได้เป็นเพียงกระบวนการทางเทคนิค แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของความสัมพันธ์ระหว่างรัฐ ภาคประชาชน และองค์กรสื่อสารมวลชน การมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรภาคสังคมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง หลายประเทศเลือกใช้แนวทางการสร้างระบบตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยอิสระ และการสร้างเครือข่ายการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

เพื่อให้ประชาชนสามารถมีภูมิคุ้นกันทางข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง ในกรณี เกาหลีใต้ Sheehy et al. (2024) วิเคราะห์เครือข่าย YouTube และพบว่าเครือข่ายที่แพร่ข่าวปลอมมีการกระจายตัวและอาศัยความเชื่อที่มีร่วมกันของกลุ่มเป็นแรงขับเคลื่อน จึงนำไปสู่การพัฒนาโครงการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในระดับท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพให้ผู้ใช้งานสามารถตรวจสอบเนื้อหาได้ด้วยตนเอง และไม่ตกเป็นเหยื่อของข่าวปลอม (Marsden & Meyer, ๒๐๒๑) รวมถึงการมีสถาบันอิสระ เช่น Korea Press Foundation มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบช่วยเสริมสร้างความไว้วางใจในระบบนิเวศข้อมูลข่าวสารโดยรวม

ผลการศึกษาของวัชร จิรฐิติกาลกิจ (๒๕๖๗) ด้านมาตรการการจัดการข่าวออนไลน์ ๖ ประเทศใน ๖ ทวีป ชี้ให้เห็นความแตกต่างเชิงนโยบาย สรุปได้ดังตารางที่ ๑ และตั้งข้อสังเกตได้ว่าประเทศในยุโรปเน้นการควบคุมผ่านกฎหมายที่ผูกกับเสรีภาพการแสดงออกและสิทธิมนุษยชน ประเทศในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ใช้แนวทาง "ควบคุมโดยรัฐ" อย่างเข้มงวด ประเทศในแอฟริกาและอเมริกาใต้ ใช้มาตรการผสมผสานระหว่างกฎหมายและความร่วมมือกับแพลตฟอร์ม และทุกประเทศ เห็นพ้องว่าการจัดการข่าวปลอมไม่สามารถพึ่งพาเพียงมาตรการทางกฎหมายหรือเทคโนโลยีได้ แต่ต้องควบคู่กับการส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อของประชาชน เพื่อสร้างเครือข่ายการป้องกันในทุกระดับของสังคม

ตารางที่ ๑ เปรียบเทียบมาตรการการจัดการข่าวออนไลน์เปรียบเทียบ ๖ ประเทศ

ประเทศ	มาตรการหลักที่ใช้	ผลลัพธ์ที่สังเกตได้
เยอรมนี	- กฎหมาย NetzDG บังคับให้ลบเนื้อหาผิดกฎหมายได้ - ปรับเงินสูงสุด ๕๐ ล้านยูโร	- เนื้อหาถูกลบรวดเร็วขึ้น - เกิดการวิจารณ์ว่าเป็นการคุกคามเสรีภาพ
ออสเตรเลีย	- กฎหมาย Criminal Code Amendment (Sharing of Abhorrent Violent Material) Act 2019 - กำหนดโทษรุนแรงแก่ผู้เผยแพร่ข่าวเท็จโดยเจตนา	- คดีลดลงในระยะสั้น - สร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน
สิงคโปร์	- มาตรการ POFMA (2019) รัฐสั่งแก้ไขและลบข้อมูลได้ - ผู้ฝ่าฝืนถูกปรับและจำคุก	- รัฐสามารถตอบโต้ข่าวปลอมได้เร็ว - ถูกวิจารณ์ว่าใช้เป็นเครื่องมือทางการเมือง
เคนยา	- บังคับใช้ Computer Misuse and Cybercrimes Act - มีมาตรการลงโทษผู้กระจายข่าวปลอม	- ป้องกันความตื่นตระหนกในช่วงวิกฤติ - มีความไม่ชัดเจนของนิยาม "ข่าวปลอม"
บราซิล	- ใช้กฎหมายควบคุมการเผยแพร่ข้อมูลเท็จช่วงหาเสียง - ใช้ AI และ Fact-Check ร่วมกับศาล	- ลดการเผยแพร่ข่าวปลอมในการเลือกตั้งปี ๒๐๒๒ - สร้างความร่วมมือระหว่างรัฐ-สื่อ
ฝรั่งเศส	- กฎหมาย Loi contre la manipulation de l'information (2018) ให้ศาลสามารถสั่งลบเนื้อหาเท็จระหว่างการเลือกตั้งได้	- เพิ่มบทบาทศาลในการควบคุมข้อมูล - ลดผลกระทบของข่าวลวงในช่วงการเลือกตั้ง

ที่มา: วัชร จิรฐิติกาลกิจ (๒๕๖๗)

จากบทเรียนในต่างประเทศ มาตรการจัดการข้าวปลอมมีความหลากหลายและขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละประเทศ โดยการใช้อำนาจรัฐอาจให้ผลรวดเร็วแต่มีข้อกังวลด้านสิทธิเสรีภาพ ส่วนการใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายสังคมอาศัยการมีส่วนร่วมและความรู้ของประชาชนอย่างมาก การผสมผสานระหว่าง ๓ แนวทางจึงอาจเป็นแนวทางที่ยั่งยืนที่สุดในการจัดการกับปัญหาข้าวปลอม

ความสอดคล้องของการบังคับใช้กฎหมายกับหลักนิติธรรมเพื่อจัดการข้าวปลอมในประเทศไทย

ข้าวปลอมได้รับการจัดการในประเทศไทยโดยอาศัยพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. ๒๕๕๐ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมใน พ.ศ. ๒๕๖๐ โดยเฉพาะในมาตรา ๑๔ ที่ระบุถึงการนำเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งข้อมูลอันเป็นเท็จ ส่งผลให้กฎหมายดังกล่าวกลายเป็นเครื่องมือหลักในการจัดการข้าวปลอมในสื่อดิจิทัล อย่างไรก็ตาม งานศึกษาหลายชิ้นตั้งข้อสังเกตว่า การบังคับใช้กฎหมายในลักษณะนี้ยังคงมีปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น นิยามของ “ข้อมูลเท็จ” หรือ “ข้าวปลอม” ที่ไม่ชัดเจน จึงอาจเปิดช่องให้มีการตีความกว้างเกินไป (สาวิตรี สุขศรี, ๒๕๖๗) ยิ่งไปกว่านั้น กลไกในการตัดสินใจว่าสิ่งใดเป็นข้าวปลอมในทางกฎหมายมักอยู่ในดุลพินิจของฝ่ายบริหาร ไม่ได้ผ่านกระบวนการตรวจสอบโดยกลไกอิสระหรือฝ่ายตุลาการอย่างเป็นระบบ ตัวอย่างเช่น การจัดตั้ง “ศูนย์ต่อต้านข้าวปลอม” โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีบทบาทในการชี้แจง แก้ไข หรือลบข้อมูลในระบบออนไลน์โดยไม่มีกระบวนการรับฟังจากสาธารณะ ส่งผลให้เกิดข้อวิจารณ์ว่าเป็นการรวมศูนย์อำนาจรัฐในด้านข้อมูลข่าวสาร (สาวิตรี สุขศรี, ๒๕๖๗)

หลักนิติธรรม (Rule of Law) เป็นหลักพื้นฐานของรัฐประชาธิปไตย โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความโปร่งใสของกฎหมาย ความชัดเจนในการตีความ การไม่เลือกปฏิบัติ การมีระบบถ่วงดุลอำนาจ และการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรม (Tamanaha, 2004) ในกรณีของประเทศไทย กลไกการจัดการข้าวปลอมยังห่างไกลจากหลักนิติธรรมหลายประการ เช่น การที่อำนาจในการชี้ว่าสิ่งใดคือข้าวปลอมอยู่ที่ฝ่ายบริหารโดยขาดกลไกตรวจสอบจากสถาบันอิสระ หรือฝ่ายตุลาการ ทำให้ขาด “ความสมดุลแห่งอำนาจ” (Checks and Balances) ซึ่งเป็นหัวใจของหลักนิติธรรมในรัฐประชาธิปไตย นอกจากนี้ การใช้กฎหมายที่มีบทลงโทษรุนแรง เช่น โทษจำคุกหรือปรับเงินจำนวนมาก โดยไม่มีการพิจารณาความผิดอย่างโปร่งใสหรือเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อให้ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ อาจเป็นการบ่อนทำลายหลักแห่งความยุติธรรม และนำไปสู่การใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือทางการเมืองมากกว่าการคุ้มครองสังคมจากข้าวปลอม (Sheehy et al., 2024)

ในบริบทของสังคมไทย ข้าวปลอมไม่เพียงส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชน แต่ยังส่งผลต่อความเปราะบางของหลักนิติธรรม และความไว้วางใจของประชาชนต่อสถาบันทางการเมืองและกฎหมาย งานวิจัยของสาวิตรี สุขศรี (๒๕๖๗) ชี้ให้เห็นว่า การตีตราข้าวปลอมในประเทศไทยมีลักษณะที่เป็นวาทกรรมฝ่ายเดียว โดยไม่มีพื้นที่ให้ตรวจสอบถ่วงดุลกันระหว่างภาครัฐ ภาคประชาชน และภาคสื่อมวลชน ส่งผลให้หลักนิติธรรมอ่อนแอ เพราะไม่สามารถทำหน้าที่เป็นเกราะป้องกันการใช้อำนาจโดยมิชอบ การกำหนดว่า “ข้าวใดเป็นข้าวปลอม” มีความอ่อนไหวในเชิงประชาธิปไตยอย่างยิ่ง เพราะหากไม่มีหลักประกันในการ

ตีความและบังคับใช้กฎหมายอย่างเป็นกลาง จะกลายเป็นการลดทอนสิทธิเสรีภาพในการแสดงออก ซึ่งเป็นหนึ่งในหลักการพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตย ตัวอย่างเช่น การส่งลบโพสต์ในสื่อออนไลน์หรือ การจับกุมบุคคลที่เผยแพร่ข้อมูลในลักษณะที่ขัดแย้งกับแนวทางของรัฐ อาจถูกตีความว่าเป็น “ข่าวปลอม” โดยไม่มีการไต่สวนอย่างรอบด้าน (นิษฐา หรุ่นเกษม, ๒๕๖๘)

จากข้อเท็จจริงข้างต้นชี้ให้เห็นว่า แม้การจัดการข่าวปลอมจะมีความจำเป็นในยุคดิจิทัล แต่หากการดำเนินการไม่ได้ตั้งอยู่บนหลักนิติธรรมที่เคร่งครัดและไม่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ก็จะทำให้ระบบประชาธิปไตยอ่อนแอ และเกิดภาวะ “ความเสี่ยงเชิงโครงสร้าง” ต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชนในระยะยาว (Ireton & Posetti, 2018)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการรักษาสมดุลระหว่างการปกป้องภาคธุรกิจจากข่าวลวงและการรักษาเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

จากการทบทวนงานวรรณกรรมและงานวิจัยต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมา แนวทางการกำหนดนโยบาย สามารถแบ่งได้เป็น ๒ ประเด็น ได้แก่

ประเด็นนโยบายในการรักษาสมดุลระหว่างการปกป้องภาคธุรกิจจากข่าวลวงและการรักษาเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการจัดการข่าวลวงกลายเป็นเครื่องมือจำกัดเสรีภาพในการแสดงออก และในขณะเดียวกันก็สามารถคุ้มครองภาคธุรกิจจากผลกระทบของข้อมูลเท็จ รัฐควรพิจารณานโยบายเชิงสมดุลที่มีลักษณะ ดังนี้

- แยกแยะระดับความรุนแรงของข่าวลวง กฎหมายควรจำแนกระดับความเสียหายของข่าวลวง เช่น ข่าวที่กระทบต่อความมั่นคง ข่าวที่สร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจ หรือข่าวที่บิดเบือนโดยเจตนา เพื่อให้การบังคับใช้กฎหมายมีความเหมาะสมและไม่เกินจำเป็น (Marsden & Meyer, 2021)
- จัดตั้ง “คณะกรรมการอิสระเพื่อการตรวจสอบข่าว” โดยรวมตัวแทนจากสื่อมวลชน นักวิชาการ ภาคธุรกิจ และภาคประชาชน เพื่อกลั่นกรองข่าวปลอมอย่างโปร่งใส โดยไม่ผูกขาดอำนาจอยู่ในฝ่ายบริหาร เช่นเดียวกับแนวทางของ *Korea Press Foundation* ในเกาหลีใต้ที่ทำหน้าที่ตรวจสอบและให้ข้อมูลข่าวที่ถูกต้อง (Sheehy et al., 2024)
- ส่งเสริมความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) สร้างนโยบายระดับชาติเพื่อพัฒนา “ภูมิคุ้มกันข่าวลวง” ให้ประชาชนและผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข่าวได้ด้วยตนเอง ลดการพึ่งพาการเซ็นเซอร์จากรัฐ (Ireton & Posetti, 2018)
- กลไกการอุทธรณ์ทางกฎหมาย: เมื่อมีคำสั่งลบเนื้อหา ควรมีช่องทางให้ภาคธุรกิจหรือบุคคลที่ได้รับผลกระทบสามารถอุทธรณ์ผ่านศาลหรือคณะกรรมการอิสระได้ เพื่อปกป้องสิทธิในกระบวนการยุติธรรมและหลักนิติธรรม (Tamanaha, 2004)

ประเด็นแนวทางการใช้เทคโนโลยี เช่น AI และ Fast-Checking เพื่อลดผลกระทบของข่าวลวงต่อภาคธุรกิจ เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการข่าวปลอมอย่างมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนในการควบคุมโดยรัฐ มีแนวทางดังนี้

- การพัฒนาเครื่องมือ AI ตรวจจับข่าวปลอมเชิงธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี *Natural Language Processing* (NLP) และ *Machine Learning* เพื่อวิเคราะห์และตรวจจับข่าวที่เข้าข่ายเท็จหรือบิดเบือนเกี่ยวกับภาคธุรกิจ เช่น ระบบที่สามารถจับข้อความบิดเบือนที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ สินค้า หรือการเงินของบริษัท ซึ่งแนวทางนี้กำลังถูกพัฒนาโดย Facebook และ YouTube (Fazio et al., 2022; Sheehy et al., 2024)
- ระบบแจ้งเตือนข่าวลวงแบบ Realtime ให้ภาคธุรกิจ โดยการพัฒนาแพลตฟอร์มที่สามารถแจ้งเตือนผู้ประกอบการเมื่อตรวจพบข่าวลวงที่เกี่ยวข้องกับองค์กรของตนบนโซเชียลมีเดีย เพื่อให้สามารถตอบสนองได้รวดเร็วและลดผลกระทบทางชื่อเสียง
- สร้างเครือข่าย Fact-Checking ระหว่างภาคเอกชนและรัฐ เพื่อสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน เช่น สมาคมผู้ประกอบการสื่อดิจิทัล กับภาครัฐ ในการสร้างฐานข้อมูลข่าวปลอมทางธุรกิจ และเปิดให้ใช้ร่วมกัน เช่นเดียวกับ *Brazilian Electoral Court* ที่ร่วมมือกับแพลตฟอร์มและ Fact-Checkers ในช่วงเลือกตั้ง (Marsden & Meyer, 2021)
- ระบบเก็บสถิติและประเมินความเสียหาย โดยใช้ AI วิเคราะห์ความเสียหายทางเศรษฐกิจจากข่าวลวง เช่น การเปลี่ยนแปลงของยอดขาย หรือราคาหุ้น เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถออกแบบแผนรับมือ และรัฐสามารถใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาแนวนโยบายสนับสนุน

การดำเนินนโยบายทั้ง ๒ แนวทางนี้เพื่อสร้างสมดุลระหว่างการปกป้องภาคธุรกิจจากข่าวลวงและการดำรงเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นในประเทศไทย รัฐควรดำเนินนโยบายที่ยึดหลักนิติธรรม โดยเฉพาะการแยกแยะข่าวลวงตามระดับความเสียหาย การจัดตั้งคณะกรรมการอิสระเพื่อตรวจสอบข้อมูล และการเปิดช่องทางอุทธรณ์ต่อการบังคับใช้กฎหมายที่กระทบต่อเสรีภาพ นอกจากนี้ เทคโนโลยี เช่น AI และระบบ Fact-Checking ควรได้รับการส่งเสริมให้มีบทบาทในการตรวจจับและแจ้งเตือนข่าวปลอมแบบเรียลไทม์ โดยเฉพาะข่าวที่มีผลต่อชื่อเสียงองค์กร การเงิน หรือการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ควรมีการสร้างฐานข้อมูลข่าวลวงร่วมระหว่างรัฐและเอกชน เพื่อให้การตอบสนองเป็นระบบ โปร่งใส และลดการพึ่งพาการควบคุมจากรัฐที่อาจกระทบต่อสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน

บทสรุป

ข่าวลวงเป็นปรากฏการณ์ที่ส่งผลกระทบในหลายมิติ ไม่เพียงแต่ด้านสื่อสารมวลชนและความเชื่อของประชาชน หากแต่ยังส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาครัฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐานของระบบประชาธิปไตย โดยเฉพาะในประเทศไทยที่การจัดการข่าวลวงยังขาดกลไกทางกฎหมายที่ยึดหลักนิติธรรมอย่างชัดเจน บทความนี้ชี้ให้เห็นว่า แม้การใช้กฎหมายจะมีความจำเป็นในการควบคุมข้อมูลเท็จ แต่หากกฎหมายขาดความชัดเจน และกระบวนการบังคับใช้ขาดความโปร่งใส และขาดการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน อาจนำไปสู่การละเมิดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และลดทอนความน่าเชื่อถือของระบบกฎหมาย

ในขณะเดียวกัน ข่าวลวงยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อชื่อเสียงองค์กร ความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และเสถียรภาพของตลาด โดยเฉพาะในกรณีที่ข้อมูลเท็จถูกเผยแพร่โดยมีเจตนาโจมตีแบรนด์หรือสร้างความเข้าใจผิดในหมู่ผู้บริโภค บทความเสนอว่า การจัดการข่าวลวงอย่างยั่งยืนควรอาศัยการบูรณาการสามกลไก ได้แก่ การใช้กฎหมายที่สอดคล้องกับหลักนิติธรรม การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในสังคม และการใช้เทคโนโลยี เช่น AI และระบบ Fast-Checking สามารถป้องกันและตอบสนองต่อข่าวปลอมอย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- เฉลิมชัย กีกเกียรติกุล & ธีรณัฐ ธีรณัฐ. (๒๕๖๑). ข่าวลวง: ปัญหาและความท้าทาย. *วารสาร กสทช.*, ๖(๒), ๑๕-๓๐.
- นิษฐา หุ่นเกษม. (๒๕๖๘). SHARE: แนวคิด และ เครื่องมือ ใน การ ถอดรหัส ข่าว ลวง ใน บริบท สังคม ไทย. *วารสารนวัตกรรมสื่อและการสื่อสาร*, ๔(๑), ๔๙-๖๘.
- ภาณุพงศ์ มาลัยน้อย. (๒๕๖๕). *การนำนโยบายต่อต้านข่าวปลอมไปปฏิบัติ: กรณีศึกษา ศูนย์ต่อต้านข่าวปลอมไทย*. วิทยานิพนธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิไลวรรณ จงวิไลเกษม. (๒๕๖๔). *Fake News Fighter*.
- วัชร จิรจิตติกาลกิจ. ๒๕๖๗. ข่าว ลวง:: ข้อ เสนอ แนว วิถี แก่ ปัญหา ใน สื่อ ออนไลน์ ต่อ รัฐบาล จาก กรณี ศึกษา ของ ๖ ประเทศ ใน ๖ ทวีป. *Journal of Studies in the Field of Humanities*, ๓๑(๒), ๔๑๙-๔๔๑.
- สาวิตรี สุขศรี. (๒๕๖๗). ปัญหาваทกรรม “ข่าวปลอม” กับการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารเท็จในสื่อออนไลน์. *วารสารกฎหมาย ม.ธรรมศาสตร์*, ๕๓(๑), ๑-๒๘.
- สุวัฒน์ เอสมัทธนี. (๒๕๖๑). *การแสดงความเห็นด้วยอคติผ่านข่าวปลอมผ่านสื่อสังคมออนไลน์: กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Apaitan, T., Luangaram, P., & Manopimoke, P. (2021). Uncertainty in an emerging market economy: Evidence from Thailand. *Empirical Economics*, 62(3), 933–989. <https://doi.org/10.1007/s00181-021-02054-y>
- Arcuri, M. C., Gandolfi, G., & Russo, A. (2023). Fake news and financial markets: An event study. *Applied Economics Letters*, 30(5), 410–415. <https://doi.org/10.1080/13504851.2022.2035577>
- Assenza, T., Collard, F., Fève, P., & Huber, S. (2024). *From Buzz to Bust: How Fake News Shapes the Business Cycle*. ECONtribute Discussion Paper No. 287. <https://www.econtribute.de/RePEc/DiscussionPaper/DP287.pdf>
- Baker, S. R., Bloom, N., & Davis, S. J. (2016). Measuring economic policy uncertainty. *The Quarterly Journal of Economics*, 131(4), 1593–1636. <https://doi.org/10.1093/qje/qjw024>
- Fazio, L. K., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2022). *How to fight fake news with AI: Disentangling misinformation from reality*. Retrieved from <https://arxiv.org/abs/2505.15067>
- Fuller, L. L. (1969). *The morality of law*. Yale University Press.

- Gilliam, M., & Weller, A. (2018). Corporate reputation in the age of fake news. *Journal of Business Ethics*, 152(4), 977–993. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3280-3>
- Guss, S. (2021). Stocks and lies: The effects of fake news on financial markets. Working Paper.
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: A handbook for journalism education and training*. UNESCO. <https://en.unesco.org/fightfakenews>
- Kalpokas, I. (2020). Post-truth: The condition of our times. In *E.-dissertation on ResearchGate*. Retrieved April 9, 2020.
- Klein, D. O., & Wueller, J. R. (2017). Fake news: A legal perspective. *Journal of Internet Law*, 20(10), 1–18. <https://ssrn.com/abstract=2958790>
- López-Cabarcos, M. Á., Vázquez-Rodríguez, P., & Piñeiro-Chousa, J. (2022). *Fake news, economic sentiment, and stock market reaction*. *Technological Forecasting and Social Change*, 177, 121509.
- ThaiPBS. (2025). *เทรตหุ่นปลอม เสียหายกว่า 16 ล้านบาท*. สถานีประชาชน. <https://www.thaipbs.or.th/program/People/episodes/106812>.
- ThaiPBS. (2025). *อั้ง ปตท. หลอกเทรตหุ่น เสียหาย 2.2 ล้านบาท*. สถานีประชาชน. <https://www.thaipbs.or.th/program/People/watch/rILIN1>.
- Marsden, C. T., & Meyer, T. (2021). *Disentangling disinformation: What makes regulating disinformation so difficult?*. *Internet Policy Review*, 10(4). <https://doi.org/10.14763/2021.4.1608>
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- Nation Thailand. (2024). Stark Corporation case: *Scandals and slumping market: A tough year for the Thai stock exchange*. <https://www.nationthailand.com/business/banking-finance/40044624>.
- Nation Thailand. (2025). *Online Fraud Cost Thailand 60 Billion Baht in 2024, Report Says*. <https://www.nationthailand.com/in-focus/30404453>.
- Ninjakantalad. (2021). *Fake news attacking a famous condensed milk brand “Tree Dok Mai Thai”*. Ninjakantalad. ninjakantalad.com.
- Oxford Dictionaries. (2016). Word of the Year 2016: Post-truth. Retrieved from <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Reuters. (2024, July 17). Thai Energy Absolute shares fall nearly 30% for second successive day. *Reuters*. reuters.com

- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Sheehy, B., Choi, S., Khan, M. I., Arnold, B. B., Sang, Y., & Lee, J.-J. (2024). Truths and tales: Understanding online fake news networks in South Korea. *Journal of Asian and African Studies*, 60(4), 2612–2639. <https://doi.org/10.1177/00219096231224672>
- Sunstein, C. R. (2001). *Echo chambers: Bush v. Gore, impeachment, and beyond*. Princeton University Press.
- Tamanaha, B. Z. (2004). *On the Rule of Law: History, Politics, Theory*. Cambridge University Press.
- Waisbord, S. (2023). *Fake news in business and management literature: A systematic review*. *Journal of Business Research*, 157, 113472.
- Waldron, J. (2016). *The rule of law and the importance of procedure*. In *Getting to the Rule of Law* (pp. 3–31). NYU Press.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe.
- Zhou, K., Scepanovic, S., & Quercia, D. (2024). *Characterizing fake news targeting corporations*. arXiv preprint arXiv:2403.01465.