

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยูทูป (YouTube)¹ เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอแชร์ (video sharing) ซึ่งในปี 2006 นิตยสาร Time ได้ประกาศให้ยูทูปเป็น “นวัตกรรมแห่งปี” (Invention of the Year) เนื่องจากความเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ต และลักษณะของการให้บริการของยูทูป

จากงานวิจัยเรื่อง Understanding Video Interactions in YouTube (2008: 761) ได้กล่าวไว้ว่า เว็บไซต์ Video sharing อย่างยูทูปนั้น มีอิทธิพลต่อผู้ใช้ที่เข้าถึงเว็บไซต์เป็นประจำ โดยการให้ผู้ใช้สามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหา (content) ของตัวเองไปยังผู้ชม (audience) กลุ่มใหญ่ ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของ เว็บไซต์ประเภทมัลติมีเดีย (multimedia content) คือ การเปลี่ยนมุมมองของผู้ใช้ (user) จากลูกค้า (customer) ไปสู่ผู้สร้างสรรค์ (creator) นั่นเอง

ภายในเว็บไซต์ ผู้ใช้ (users) สามารถเข้าไปอัปโหลด รับชม และแบ่งปัน (share) คลิปวิดีโอต่างๆได้ เนื้อหาบนเว็บไซต์ประกอบด้วยคลิปวิดีโอที่มีความหลากหลายตั้งแต่คลิปภาพยนตร์ คลิปโทรทัศน์ มิวสิควิดีโอ และคลิปวิดีโอจากมือสมัครเล่น (amateur content – Video blogging) ยูทูปให้บริการโดยผ่านโปรแกรม Adobe Flash ซึ่งใช้ในการเรียบเรียงเนื้อหา รวมถึงวิดีโอต่างๆ บนเว็บไซต์ โดยคลิปวิดีโอต่างๆ ที่อัปโหลดนั้นจะมีความยาวไม่เกิน 10 นาที ทำให้ง่ายต่อการดาวน์โหลดเพื่อการรับชม และที่สำคัญผู้ใช้ไม่จำเป็นต้องสมัครเป็นสมาชิกหรือทำการล็อกอิน (log in) เข้าสู่ระบบ ก็สามารถเข้ารับชมวิดีโอได้ ในเว็บไซต์ยังมีการแบ่งประเภทและจัดอันดับคลิปวิดีโอ ไม่

¹ YouTube ก่อตั้งขึ้นในวันที่ 15 เดือนกุมภาพันธ์ 2548 โดย ชาร์ต เฮอร์ลีย์, สตีฟ เจิน และ จาเวด การ์ิม (Chad Hurley, Steve Chen และ Jawed Karim) ซึ่งเป็นพนักงานของ Paypal ในยุคแรก ต่อมาเดือนพฤศจิกายนในปีเดียวกัน YouTube ได้รับทุนจาก Sequoia Capital และได้ปรากฏตัวอย่างเป็นทางการในเดือนธันวาคมหนึ่งปีหลังจากการเปิดตัวอย่างเป็นทางการ บริษัทกูเกิล (Google Inc.) ได้เข้ามาซื้อ YouTube ด้วยเงิน 1.65 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือ 6.18 หมื่นล้านบาท ซึ่งเป็นข่าวที่สร้างความฮือฮาในแวดวงธุรกิจบนหน้าจอบริษัทเป็นอย่างมาก

ว่าจะเป็นคลิปวิดีโอล่าสุด คลิปวิดีโอที่มีผู้ชมมากที่สุด คลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพื่อให้ผู้ชมสามารถเลือกชมได้อย่างสะดวก เพื่อเลือกสิ่งที่พอใจสูงสุด ปัจจุบัน YouTube เป็นเว็บไซต์ที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วอย่างมากบนอินเทอร์เน็ต โดยในหนึ่งวันมีผู้เข้าชมเปิดคลิปวิดีโอถึง 100 ล้านเรื่องต่อวัน และในแต่ละวันจะมีผู้เข้ามาอัปโหลดคลิปวิดีโอใหม่ๆ ถึง 65,000 วิดีโอคลิปเฉลี่ยต่อเดือนมีผู้เข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์นี้ถึง 20 ล้านคน

Lev Grossman² (อ้างถึงใน Kim, Gooyong, 2009:4) กล่าวว่า เว็บไซต์ยูทูปสามารถเปลี่ยนคนธรรมดาให้กลายเป็นคนมีชื่อเสียงได้ โดยคำพูดดังกล่าวการพิสูจน์ด้วยปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการอัปโหลด (upload) วิดีโอจากมือสมัครเล่นและวิดีโอเหล่านั้นได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และมีจำนวนคนเข้าชมเพิ่มมากขึ้นในเวลาไม่นาน อาทิ ปรากฏการณ์ "ซูซาน บอยล์" (Susan Boyle) ที่หลังจากได้มีการอัปโหลดวิดีโอการเข้าออ디션ของซูซาน ในรายการ British got talent³ ยอดผู้เข้าชมวิดีโอดังกล่าวในเว็บไซต์ YouTube มียอดผู้ชมกว่า 120 ล้านครั้งในเวลาเพียงไม่ถึง 2 สัปดาห์ Evolution Of Dance คลิปวิดีโอของ จัดสัน เลพพลิ (Jud Laipply) นักแสดงตลกชื่อดังที่มีสถิติผู้เข้าชมถึง 118 ล้านครั้ง หรือคลิปวิดีโอของสาวน้อยวัย 16 ปีนามว่า "Bree" หรือ "Lonelygirl15" ที่มีคนเข้าไปดูและติดตามชมวิดีโอของเธอชีวิตประจำวันของเธอ David After Dentist คลิปวิดีโอเรื่องราวของเด็กชายหลังการเข้าพบหมอฟัน ด้วยจำนวนผู้เข้าชมมากกว่า 37 ล้านครั้ง JK Wedding Entrance Dance วิดีโอที่บันทึกภาพการเดินเข้าโบสถ์ในพิธีแต่งงานด้วยเพลง Forever ของ Chris Brown⁴ ด้วยจำนวนผู้ชมมากกว่า 33 ล้านครั้ง ซึ่งจุดกระแสให้มีการอัปโหลดวิดีโอการเดินเข้าโบสถ์ด้วยเพลงต่างๆ ขึ้นเว็บไซต์ รวมทั้งกระแสวีดิโอคลิป Wondergay ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่กล่าวถึงในประเทศไทย และทำให้นักเรียนมัธยมชายที่ปรากฏตัวในวิดีโอด้วยท่าเต้นในเพลง Nobody ของ Wondergirls กลุ่มนักร้องสาวจากประเทศเกาหลีได้เซ็นสัญญาออกเทปกับค่ายเพลงอาร์เอสโปรโมชั่น และยังมีวิดีโอชิ้นอื่นๆ อีกมากมายที่

² นักเขียนชาวอเมริกัน มีชื่อเสียงจากการเขียนหนังสือเรื่อง Warp, Codex และ The Magicians จัดจำหน่ายโดย Viking Press ในปี 2009 และยังเป็นผู้เขียนระดับฮาวส์และนักวิจารณ์ให้แก่นิตสาร Time รวมทั้งยังเป็นผู้เขียนร่วม (co-author) ให้แก่ TIME.com blog TechLand อีกด้วย

³ รายการค้นหาผู้มีความสามารถทางด้านต่างๆ ของประเทศอังกฤษ คล้ายกับรายการค้นฟ้าคว้า หรือ เอเอฟ ของประเทศไทย

⁴ Chris Brown หรือ Christopher Maurice Brown นักร้องฮิปฮอปและอาร์แอนด์บีชาวอเมริกัน

เป็นสิ่งที่รู้กันดีได้ว่า “คนธรรมดา ก็กลายเป็นคนดังได้เพียงชั่วข้ามคืน” ด้วยการกระจายเสียงและภาพของตนเองผ่านทางเว็บไซต์ยูทูบ



รูปที่ 1 โลโก้เว็บไซต์ YouTube
(ที่มา: www.youtube.com)

Broadcast yourself เป็นสโลแกนประจำตัวของยูทูบ ซึ่งจะอยู่เคียงคู่กับโลโก้ของยูทูบเสมอ เป็นการเน้นถึงความสามารถและสิทธิของผู้ใช้ (You) ในการมีช่องทาง (Tube) เพื่อเผยแพร่กระจายเสียงและภาพของตนเอง (broadcast yourself) การอัปโหลดวิดีโอลงบนเว็บนั้นจึงเป็นไปอย่างเสรี ภายใต้ข้อห้ามที่ว่าห้ามโพสต์วิดีโอที่มีเนื้อหาลามกอนาจาร การทารุณกรรม ภาพที่มีเนื้อหารุนแรง และวิดีโอที่มีเนื้อหาหรือแสดงความคิดเห็นที่แสดงถึงการคุกคามทางเชื้อชาติ ศาสนา เพศ (YouTube Community Guidelines) ด้วยเหตุนี้เสรีภาพในการแสดงออกจึงเป็นบรรทัดฐานที่สำคัญที่สุดของเว็บไซต์ YouTube

อย่างไรก็ตาม เช่นเดียวกับเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (social-networking sites) อื่นๆ ยูทูบเป็นอีกเว็บไซต์หนึ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์และถกเถียงกันในประเด็นทางจริยธรรมในหลายด้านด้วยกัน เช่น ประเด็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ประเด็นด้านลิขสิทธิ์ และ ประเด็นการดูหมิ่นทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา และ เผ่าพันธุ์ ประเด็นเหล่านี้นับเป็นเรื่องที่อ่อนไหวต่อผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีความหลากหลายสูง ผลที่ตามมาคือ ในบางประเทศมีการแบนหรือห้ามไม่ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเว็บไซต์ได้ ซึ่งเป็นการกระทำเพื่อตอบโต้ยูทูบให้นำวิดีโอเหล่านั้นออกจากเว็บไซต์ เช่น

- หลังจากมีการเผยแพร่คลิปวิดีโอการประท้วงในทิเบต ประเทศจีนก็สั่งบล็อกเว็บไซต์ยูทูบ
- ตูร์กียบล็อกเว็บไซต์ยูทูบ เนื่องจากมีการโพสต์วิดีโอภาพการดูหมิ่น อะตาเติร์ก ผู้ต่อสู้เพื่ออิสรภาพและรวบรวมตุรกีขึ้นมาใหม่

- ทางกรการปาก็สสถานบล็อกเว็บไซต์ "ยูทูบ" โดยอ้างว่าได้บล็อกคลิปที่มีเนื้อหาหมิ่นศาสนา
- รัฐบาลอินเดีย โดยกระทรวงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ตัดสินใจสั่งแบนเว็บยูทูบ ภายหลังจากตรวจพบว่า มีสมาชิกของเว็บจัดทำและเผยแพร่คลิปวิดีโอดูหมิ่น "มหาตมะ คานธี" วีรบุรุษอินเดีย
- ประธานาธิบดีมาห์มูด อหฺมาดิเนจาด ผู้นำอิหร่าน ออกคำสั่งบล็อกยูทูบ สาเหตุเพราะสมาชิกยูทูบ นำคลิปจากภาพยนตร์ล้อเลียนสังคม วัฒนธรรมคาซัคสถาน เรื่อง "โบรัด" มาเผยแพร่ เป็นต้น

นอกจากวิดีโอที่มีเนื้อหารุนแรงต่อความรู้สึกหรือมีเนื้อหาที่กระทบถึงความรู้สึกของคนประเทศต่างๆ แล้ว ยังมีการอัปโหลดวิดีโอที่จัดเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ เช่น มิวสิควิดีโอ จนทำให้บริษัทภาพยนตร์ ค่ายเพลง และสถานีทีวีในสหรัฐรวมตัวฟ้องร้องยูทูบ ฐานละเมิดลิขสิทธิ์ อีกทั้งยังมีอัปโหลดวิดีโอที่มีเนื้อหาถึงการคุกคามสิทธิส่วนบุคคล เช่น ในประเทศอังกฤษ รัฐมนตรีศึกษาธิการเรียกร้องให้ยูทูบถอดคลิปวิดีโอภาพนักเรียนกลั่นแกล้งอาจารย์ออก ส่วนในประเทศออสเตรเลีย มีคำสั่งให้โรงเรียนของรัฐ 1,600 แห่ง บล็อกการเข้าชมเว็บยูทูบ หลังพบว่า มีนักเรียนจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ใช้เว็บแห่งนี้เป็นเครื่องมือโจมตี ใหร้าย ดูหมิ่น เพื่อนนักเรียนด้วยกัน

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการสั่งบล็อกเว็บไซต์ยูทูบ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ประกาศให้บล็อกเว็บยูทูบ เนื่องจากมีการโพสต์วิดีโอหมิ่นพระบรมเดชานุภาพ คลิปวิดีโอดังกล่าวได้ถูกอัปโหลดโดยผู้ใช้ชื่อ paddidda เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2550 มีผู้ชมไปแล้ว มากกว่า 16,000 ครั้ง และมีมากกว่า 500 ความคิดเห็นด้วยกัน

ยูทูบได้ให้คำตอบหรือข้อแก้ตัวต่อกรณีปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งหมดว่า การอัปโหลดวิดีโอต่างๆ บนเว็บไซต์นั้นเป็นเสรีภาพในการแสดงออกของกลุ่มสมาชิกผู้ใช้เว็บไซต์ และทางยูทูบไม่มีสิทธิที่จะลบหรือถอดวิดีโอดังกล่าวได้ ตราบได้ที่วิดีโอเหล่านั้นไม่เข้าข่ายวิดีโอต้องห้ามที่ทางเว็บไซต์ได้กำหนดไว้

ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นทำให้เกิดข้อถกเถียงว่า “เสรีภาพ” ในการแสดงออกหรือการแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้ที่ยูทูบอ้างขึ้นมานั้นควรมีขอบเขตหรือไม่เพียงใด เสรีภาพที่ว่านั้นควรอยู่ในระดับใดจึงจะเหมาะสม โดยเฉพาะเมื่อเสรีภาพในการแสดงออกหรือการแสดงความคิดเห็นนั้นเกี่ยวข้องกับ

หรือไปกระทบกับประเด็นที่อ่อนไหวอย่างมาก อย่างประเด็นเรื่อง สถาบันกษัตริย์ เชื้อชาติ สิทธิส่วนบุคคล ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงความเข้าใจและตระหนักรู้ถึงเสรีภาพและจริยธรรมในการแสดงออก ของผู้ใช้เว็บยูทูปในประเทศไทย โดยมีคำถามวิจัยดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ YouTube ของผู้ใช้ในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เว็บไซต์YouTube ของผู้ใช้ในประเทศไทย
3. ผู้ใช้ในเว็บไซต์YouTube ในประเทศไทยให้ความสำคัญต่อประเด็นเสรีภาพในการแสดงออกอย่างไร
4. ผู้ใช้ในเว็บไซต์YouTube ในประเทศไทยมีความตระหนักรู้ถึงประเด็นทางจริยธรรมข้อมูลข่าวสาร อย่างไร

นิยามศัพท์

1. ยูทูป (YouTube) หมายถึง เว็บไซต์เครือข่ายทางสังคมที่ให้บริการ video sharing เป็นหลัก ปัจจุบันอยู่ภายใต้เครือบริษัท Google.Inc

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้เว็บไซต์ยูทูป หมายถึง ปัจจัยทางลักษณะสังคมประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ ปัจจัยด้านความสามารถในการเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ที่มีผลต่อการใช้เว็บไซต์ยูทูป

3. พฤติกรรมการใช้เว็บไซต์ยูทูป หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่กระทำบนเว็บไซต์ยูทูป ได้แก่ ปริมาณในการเข้าใช้ยูทูป การมีหรือไม่มีบัญชีในการเข้าใช้ยูทูป ประเภทวิดีโอที่เข้าชมหรืออัพโหลดขึ้นเว็บ จำนวนเพื่อน(friends) จำนวนผู้ติดตาม(subscribers) จำนวนผู้ที่ไปติดตาม(subscriptions)

4. การให้ความสำคัญต่อประเด็นเสรีภาพ หมายถึง การเล็งเห็นและให้คุณค่าในประเด็นเรื่องสิทธิเสรีภาพที่มนุษย์พึงมีในการแสดงออกอย่างเท่าเทียม โดยปราศจากการแทรกแซง และอุปสรรคทั้งในด้านกายภาพและด้านสังคม บนเว็บไซต์ยูทูป แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ สิทธิในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และ เสรีภาพในการพูด/แสดงออก

5. ความตระหนักรู้ถึงประเด็นจริยธรรมข่าวสาร หมายถึง การรับรู้หรือสำนึกได้ถึง แนวทางหรือหลักการที่ไม่ขัดต่อหลักศีลธรรม วัฒนธรรม กฎหมายและจารีตประเพณี ในการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการพูด การแสดงความคิดเห็น หรือ การแสดงออก บนเว็บไซต์ยูทูป โดยผู้วิจัยจะศึกษาความตระหนักรู้ใน 2 ด้าน คือ สิทธิส่วนบุคคล และ ทรัพย์สินทางปัญญา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบลักษณะพฤติกรรมในการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูปของผู้ใช้ในประเทศไทย
2. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าใช้เว็บไซต์ยูทูปของผู้ใช้ในประเทศไทย
3. ผลวิจัยทำให้ทราบถึงระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องเสรีภาพในการแสดงออกหรือแสดงความคิดเห็นของผู้ใช้เว็บไซต์ยูทูปในประเทศไทย