

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

เฟซบุ๊กวอยส์ทีวี นอกจากจะถือเป็นปรากฏการณ์สื่อใหม่ที่สะท้อนความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจสื่อในสังคมไทย ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้สื่อของประชาชนส่วนใหญ่คือชนชั้นกลางในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะการใช้สื่อใหม่เพื่อติดตามบริบทข่าวสารที่แตกต่างออกไปจากการนำเสนอของสื่อกระแสหลักและการแสวงหาพื้นที่สาธารณะเพื่อสื่อสารความคิดเห็นทางการเมืองในเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่สื่อส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในการกำกับควบคุมของรัฐ ในเชิงของการวิเคราะห์ งานศึกษาชิ้นนี้มุ่งเน้นความสนใจไปที่การพิจารณาการใช้สื่อใหม่ (คือ เฟซบุ๊กของสถานีเคเบิลทีวีออนไลน์ “วอยส์ทีวี”) กับการประกอบสร้างพื้นที่สาธารณะในสังคมการเมืองไทย จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อใหม่ของภาคธุรกิจสื่อ (คือสถานีเคเบิลทีวี Voice TV) มีแนวโน้มที่จะนำเสนอประเด็นข่าวทางการเมืองในประเด็นเนื้อหาและท่าทีที่แตกต่างออกไปจากสื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะการเน้นรายการเชิงวิเคราะห์ เจาะลึกผ่านการสัมภาษณ์แหล่งข่าวสำคัญ หรือบุคคลสาธารณะ ในส่วนของพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้ใช้สื่อใหม่ (กรณีศึกษา กลุ่มผู้ติดตาม เฟซบุ๊กวอยส์ทีวี) พบว่า ปัจจุบันการแพร่กระจายของตัวเทคโนโลยีและเครือข่ายการสื่อสารในโลกอินเทอร์เน็ต สอดคล้องสัมพันธ์ไปกับการตื่นตัวและมีส่วนร่วมทางการเมืองของชนชั้นกลางที่ต้องการสร้างชุมชนการสื่อสารในพื้นที่ที่สาธารณะ เพื่อแสดงออกในความเห็นทางการเมืองของพวกเขาในสังคมประชาธิปไตย และการเคลื่อนไหวทางการเมืองรูปแบบใหม่ ผ่านการมีส่วนร่วมในพื้นที่ที่สาธารณะ หรือชุมชนแบบใหม่ ที่กำลังถูกประสร้างสร้างขึ้นอย่างสร้างสรรค์ผ่านการใช้สื่อใหม่และการบริโภคข่าวสารของพวกเขาในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

กล่าวได้ว่า เฟซบุ๊กวอยส์ทีวี ซึ่งเป็นรายการที่ถูกผลิตขึ้นภายใต้กลุ่มทุนธุรกิจสื่อของตระกูลชินวัตร (มีลูกชายและลูกสาวของทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีดำรงตำแหน่งเป็นผู้บริหาร) พยายามที่จะนำเสนอและใช้ “สื่อใหม่” ในการทำงานด้านธุรกิจข่าวสารและแน่นอนว่ามีวาระทางการเมืองอยู่เบื้องหลังไม่มากก็น้อย อย่างไรก็ตาม ด้วยแนวคิดการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่เป็น “ทางเลือก” ในนาม “สถานีข่าวปลุกความคิด” เป็นสถานีโทรทัศน์ระบบเคเบิลรูปแบบใหม่ ที่ดำเนินการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตแห่งแรกของประเทศไทย การเกิดขึ้นของ สถานีปลุกความคิด ขาวนี้ ในบริบทของสังคมการเมืองไทยยุคปัจจุบัน จึงถือเป็นตัวสะท้อนความเคลื่อนไหวในแวดวงสื่อสารมวลชนในสังคมประชาธิปไตยในยุคสมัยที่แนวโน้มการเติบโตของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและ

พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ชนชั้นกลางในเมืองใหญ่ (กลุ่มเป้าหมายของ Voice TV) ซึ่งกลายเป็นผู้ใช้สื่อใหม่กลุ่มใหญ่ที่สุดในโลกอินเทอร์เน็ต การนำเสนอประเด็นข่าวทางการเมืองของ Voice TV มีทั้งที่เป็นไปในทางเดียวกันกับการนำเสนอข่าวของสื่อกระแสหลัก และที่น่าสนใจยิ่งคือการนำเสนอข่าวการเมือง ของ Voice TV ในประเด็น เนื้อหาและท่าทีที่แตกต่างออกไป กระทั่งกลายเป็นตัวดึงดูดความนิยมจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มหนึ่ง ในส่วนที่นำเสนอประเด็นข่าวไปในทางเดียวกันนั้นพบว่า ข่าวที่เสนอมักจะเป็นไปในลักษณะผิวเผิน ไม่มีการเจาะลึก เป็นเพียงการติดตามสถานการณ์รายวัน ส่วนในกรณีของการนำเสนอข่าวทางการเมืองในประเด็นที่แตกต่างออกไป พบว่าในขณะที่การนำเสนอข่าวของสื่อกระแสหลักในประเด็นเดียวกันนั้นมักจะนำเสนอข่าวในลักษณะติดตามรายวัน ไม่มีการเจาะลึก วิพากษ์วิจารณ์ ในส่วนของ Voice TV กลับมีความพยายามที่จะนำเสนอ ถึงข้อเท็จจริงที่ละเอียดมากขึ้น มีการเลือกที่จะวิเคราะห์สถานการณ์ทางการเมืองในบางประเด็น แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่า เฟซบุ๊กคอยส์ทีวี มีการนำเสนอประเด็นข่าวทางการเมืองในลักษณะมองรัฐบาลชุดใหม่ (ภายใต้การนำของพรรคเพื่อไทย) ในแง่ดี หรือออกไปในเชิงสนับสนุน โดยส่วนใหญ่ไม่ค่อยพบการวิพากษ์วิจารณ์ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร (หรือ สส.) หรือผู้ได้รับการเลือกตั้งชุดใหม่นี้

ในส่วนของการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของผู้บริโภคข่าวสาร งานศึกษานี้พบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า กลุ่มผู้ใช้ เฟซบุ๊กคอยส์ทีวี ส่วนใหญ่นอกจากจะเป็น กลุ่มที่ติดตามให้การสนับสนุนต่อพรรคเพื่อไทย (จึงเป็นกลุ่ม Fanpage กลุ่มใหญ่ของ Voice TV) พวกเขาใช้สื่อใหม่เพื่อเข้ามาติดตามบริโภคข่าวสารในเฟซบุ๊กคอยส์ทีวี ส่วนหนึ่งเพื่อแสวงหาช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างออกไปจากการนำเสนอของสื่อกระแสหลัก (ซึ่งขณะนั้นอยู่ในการกำกับของกลุ่มอำนาจเดิม ซึ่งตั้งตนเป็นปฏิปักษ์กับกลุ่มการเมืองในชั่ว ทักษิณ ชินวัตร อย่างชัดเจน) โดยเฉพาะในเงื่อนไขที่ พื้นที่สาธารณะในการแสดงออกทางการเมืองในสังคมไทยยังคงมีอยู่อย่างจำกัด สื่อกระแสหลักก็อยู่ในการควบคุมของรัฐ การใช้สื่อใหม่ของผู้บริโภคข่าวสารกลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่คือชนชั้นกลาง จึงมีแนวโน้มที่ดำเนินไปในลักษณะการแสวงหาข่าวสาร หรือ “ข้อเท็จจริง” เกี่ยวกับฝ่ายตรงข้ามทางอุดมการณ์การเมือง ซึ่งท้ายที่สุดอาจจะไปสู่การก่อเกิดสำนึกและความตระหนักทางการเมืองที่ลึกซึ้งมากขึ้น

กลุ่มผู้ใช้สื่อใหม่เหล่านี้ ส่วนใหญ่ (ผ่านระบุสถานะตัวเอง) มีสัดส่วนเป็นกลุ่มผู้ชาย มากกว่ากลุ่มผู้หญิง ในด้านการศึกษาหรืออาชีพ พบว่า กลุ่มผู้ใช้สื่อใหม่ ส่วนมากกำลังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนและ/หรือจบการศึกษา (ซึ่งน่าจะอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป) และทำงานในภาคธุรกิจเอกชน ขณะที่สัดส่วนของผู้ใช้สื่อที่ประกอบอาชีพในภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ ก็มีน้อยกว่า

มาก น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าภูมิปัญญาของผู้ใช้สื่อใหม่มีแบบแผนที่แสดงความแตกต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือผู้ใช้สื่อใหม่กลุ่มนี้ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่คือกรุงเทพฯ และเขตภาคเหนือ (ซึ่งอาจหมายถึงเมืองเชียงใหม่) ขณะที่กลุ่มผู้ใช้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ นั้นมีสัดส่วนที่น้อยกว่าอย่างมาก สถิติในส่วนนี้อาจตีความได้ว่า ผู้ใช้สื่อใหม่ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเมืองใหญ่ เช่น เชียงใหม่และกรุงเทพฯ นั่นคือกลุ่มชนชั้นกลางที่มีความตื่นตัวทางการเมือง ดังสะท้อนผ่านการใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างจากการนำเสนอสื่อกระแสหลัก และข่าวสารเกี่ยวกับฝ่ายตรงข้าม

เช่น ข่าวการเมืองส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภควารสารกลุ่มนี้ให้ความสนใจมากที่สุด (ช่วงหลังการเลือกตั้ง ตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคมถึง วันที่ 4 สิงหาคม 2554) คือ ข่าวสารที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวของฝ่ายต่อต้านพรรคเพื่อไทย (ที่กำลังจะได้เป็นรัฐบาลใหม่) หรือการต่อต้านรัฐบาล ขณะเดียวกันข่าวการเมืองในลำดับต่อมา ก็เป็นเรื่องราวของการเปลี่ยนแปลงชั่วคราวจากฝ่ายรัฐบาลเดิมที่จะกลายเป็นฝ่ายค้าน หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งเป็นข่าวของฝ่ายตรงข้าม (หากตีความว่ากลุ่มผู้ใช้สื่อใหม่ที่เป็น Fanpage ของ Voice TV มีอุดมการณ์สนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจสื่อนี้ ซึ่งมีสายสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับตระกูล ชินวัตร เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว)

การที่เฟซบุ๊กวอยส์ทีวี นำเสนอประเด็นข่าวทางการเมืองที่ติดตามสถานการณ์รายวันเช่นเดียวกันกับสื่อกระแสหลัก ขณะเดียวกันก็มีการนำเสนอประเด็นข่าวที่แตกต่าง โดยเป็นการติดตามสถานการณ์ที่สำคัญ เจาะลึกสถานการณ์ วิพากษ์วิจารณ์ และทำการวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวสำคัญที่ถูกกล่าวถึงในช่วงเวลาขณะนั้น ทำให้ผู้ที่ติดตามบริโภควารสาร ที่เป็น Fanpage สามารถรับข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยน และแสดงความคิดเห็น บนกระดานสนทนาได้ นี่ถือคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊กวอยส์ทีวี ซึ่งเป็นพื้นที่ของการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบสื่อสองทิศทาง(two-way) ที่ผู้ผลิตสื่อและผู้ใช้สื่อบริโภควารสารสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ มากไปกว่านั้นในกรณีของสื่อใหม่นี้ ผู้ใช้สื่อบริโภควารสารยังเป็นผู้ใช้และผู้ผลิตสื่อ หรือส่งสารได้ไปในเวลาเดียวกัน โดยนัยนี้อาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบัน วัฒนธรรมการใช้สื่อ ผ่านสื่อใหม่ในโลกอินเทอร์เน็ต นอกจากเพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข่าวสาร การสื่อสารความเห็นทางการเมือง ยังเป็นเรื่องของการต่อสู้เคลื่อนไหวทางการเมือง (ในรูปแบบของการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่) ของแต่ละฝ่ายอีกด้วย ปรากฏการณ์สังคมเหล่านี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมข่าวสาร และการใช้สื่อใหม่ เป็นทางเลือก และรวมจนไปถึงการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมรูปแบบใหม่ กระทั่งกลายเป็น “พื้นที่แบบใหม่” เป็นพื้นที่สาธารณะในสังคมประชาธิปไตยที่กำลังก่อตัวขึ้นอย่างน่าสนใจ ที่สำคัญกระบวนการเหล่านี้เป็นสิ่งที่ยืนยันว่า ผู้คนในสังคมไทยเริ่มหันมาให้ความสนใจต่อสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะนับ

จากการรัฐประหาร 19 กันยายน 2549 และที่ชัดเจนมากที่สุดคือหลังเหตุการณ์การชุมนุมที่เกิดความรุนแรงขึ้นช่วงเดือน มีนาคม ถึง เดือนพฤษภาคม 2553 ที่ผ่านมา อันถือเป็นสิ่งสะท้อนการเคลื่อนไหวตื่นตัวทางการเมืองของขบวนการเคลื่อนไหวภาคประชาสังคมในสังคมไทย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ กล่าวถึงประเด็นที่เป็นใจกลางของปัญหาสิทธิเสรีภาพในการสื่อสารในสังคมไทยเกี่ยวกับสื่อใหม่ที่กำลังเปิดพื้นที่ใหม่ขึ้นมาให้กับ สิทธิในการสื่อสาร การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และสิทธิในการแสดงความคิดเห็น ว่า สิทธิดังกล่าวแม้ว่ารัฐได้ยอมรับในหลักการ แต่ในทางปฏิบัตินั้น รัฐ (โดยเฉพาะรัฐไทย) กลับไม่ได้เปิดให้มีการใช้สิทธิได้จริงในหลายๆเรื่อง เฟซบุ๊กควอยส์ทีวี เป็นสื่อทางเลือกรูปแบบสองทางสามารถสะท้อนให้เห็นว่า สื่อใหม่อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างพื้นที่ระบียบสังคม และสังคมแบบใหม่ ขึ้น เกิดการรวมกลุ่มกันขึ้นภายใต้การแสดงตัวตน และการแสดงความคิดเห็นที่เสรีมากขึ้นในลักษณะของการมีส่วนร่วมทางการเมือง และแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น เพื่อเป็นการสร้างพื้นที่ในการใช้ต่อรองกับอำนาจรัฐ ที่อาจนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคมต่างๆ ซึ่งสอดคล้องไปกับแนวคิดเรื่องความเป็นพลเมือง(Citizenship) ซึ่งเน้นให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ทัดเทียมกันและเข้าสู่การเป็นประชาสังคมที่ผู้คนมีความตื่นตัวทางการเมือง อยากรับรู้และมีส่วนร่วมทางการเมือง ผ่านการเคลื่อนไหวในภาคประชาสังคม เพื่อกำหนดตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐและมีส่วนร่วมในการกำหนดการเปลี่ยนแปลง (ที่แต่เดิมมักกำหนดโดยรัฐเพียงด้านเดียว) และแก้ปัญหาต่างๆ ในสังคมไปพร้อมๆ กัน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับแบบแผนการใช้สื่อเพื่อบริโภคข่าวสารในสังคมไทย ยุคโลกาภิวัตน์ เช่นงานศึกษาของ ชีรภัทร วรรณฤมล และวสันต์ ปัญญาแก้ว เรื่อง “Good morning Chiang Mai การบริโภคข่าวสารของชาวเชียงใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์” ซึ่งพบว่า ในกรณีของการติดตามรับฟังรายการวิทยุซึ่งเน้นเสนอรายการข่าวสารระดับข้ามชาติ (จากกรุงวอชิงตันถึงเมืองเชียงใหม่ ผ่าน เสียงอเมริกาภาคภาษาไทย) และข่าวสารด้านเทคโนโลยีและความทันสมัยด้านอื่นๆ แก่คนเชียงใหม่ (เมื่อราวๆ 10 ปีที่แล้ว) การติดตามข่าวสารของผู้บริโภค (ในที่นี้คือกลุ่มผู้ฟังแพนรายการวิทยุ) ไม่ได้มีความหมายแค่เพียงการบริโภคข่าวสารในเชิงประโยชน์ใช้สอย และการบริโภคในเชิงสังคม (social uses) หรือการใช้ข่าวสาร/สื่อกลางนั้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต แต่ยังเป็นการบริโภคข่าวสารเชิงสัญลักษณ์ ในแง่ที่ว่า รายการวิทยุที่รับฟังนั้นสะท้อนอัตลักษณ์ภาพลักษณ์ความเป็นคนทันสมัย ทันโลกของพวกเขาในงานศึกษานี้พบว่า ในกรณีของการบริโภคข่าวสารผ่านสื่อใหม่ในสังคมไทยที่ปัจจุบันการแพร่กระจายของตัวเทคโนโลยีและเครือข่ายการสื่อสารไร้สายในโลกอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ การบริโภคข่าวสารของผู้ใช้สื่อใหม่ นอกจากจะเป็นไปในทำนองเดียวกัน คือเป็นการบริโภคข่าวสารในเชิงประโยชน์ใช้สอย และการบริโภคในเชิงสังคม การบริโภคข่าวสารของผู้คนผ่านการใช้สื่อใหม่ ใน

กรณีนี้ยังสะท้อนให้เห็นแนวโน้มถึงการตื่นตัวและมีส่วนร่วมทางการเมือง และการใช้สื่อใหม่เพื่อสร้างชุมชนการสื่อสารในที่สาธารณะ หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ขึ้นมาอีกด้วย

การใช้สื่อใหม่ ของกลุ่มผู้บริโภคข่าวสารในสังคมไทยยุคปัจจุบัน จึงสะท้อนถึงบทบาทและความสำคัญของสื่อใหม่อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างพื้นที่ทางแบบใหม่ ที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันขึ้นมาของกลุ่มผู้ใช้ซึ่งส่วนใหญ่คือชนชั้นกลางในเมือง ภายใต้การแสดงตัวตน และการแสดงความคิดเห็นที่เสรีมากขึ้น โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นสื่อกลาง ในด้านหนึ่งของการสื่อสารใน “โลกเสมือนจริง” นี้แตกต่างไปจากการสื่อสารผ่านสื่อประเพณีแบบเดิม (คือ โทรทัศน์และวิทยุ) ที่ผู้ชม/ผู้ฟัง มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นเพียงผู้รับสารอย่างเดียว ในกรณีของการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในโลกอินเทอร์เน็ต จะเห็นว่า เป็นการเผชิญหน้าในรูปแบบการสื่อสารสองทาง ที่ผู้บริโภคข่าวสารสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นต่อผู้ผลิตสื่อ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลอื่นๆ ได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคข่าวสารได้รับรู้และเรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆ อันเนื่องทางการเมือง นำไปสู่การมีความรู้ ความเข้าใจและการตื่นตัวทางการเมือง และการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน กล่าวได้ว่า “สื่อใหม่” (New media) เป็นสื่อระหว่างบุคคลผ่านโลกของการสื่อสารไร้สาย หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นรูปแบบของการสื่อสารหลายระดับที่รวมอยู่ในสื่อเดียว เป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้บริโภคสื่อไม่เพียงแต่จะมีสถานะเป็นผู้รับข่าวสารเพียงด้านเดียว แต่ทว่าสามารถแสดงความเห็นโต้ตอบได้อย่าง “เสรี” ไม่ปิดกั้น เนื่องจากความรวดเร็วของการสื่อสารที่ตัดข้ามพื้นที่และเวลา กระบวนการเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ มีส่วนอย่างสำคัญต่อแบบผ่านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารของผู้คนในเงื่อนไขใหม่ เป็นการสร้างจิตสำนึกทางการเมือง ที่สามารถนำไปสู่ขบวนการเคลื่อนไหวและต่อรองทางการเมือง ผ่านการรวมกลุ่มเพื่อขยายพื้นที่สาธารณะสำหรับการแสดงความคิดเห็นของภาคประชาชน กระทั่งเกิดการเคลื่อนไหวต่อสู้ทางการเมือง กลายเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องของการเคลื่อนไหวภาคประชาสังคมในสังคมการเมืองไทย