

ก้าวข้ามให้พ้น ... พลวัตของสื่อ

Crossing beyond Dynamic Media

ดร.กมลวรรณ โล่ห์สีวานนท์*

บทคัดย่อ

พลวัตของสื่อ คือ ความเคลื่อนไหวในการหลอมรวมสื่อเทคโนโลยี และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้บริโภคสื่ออย่างไม่หยุดนิ่งใน 2 รูปแบบ คือ พลวัตของสื่อเป็นตัวเปลี่ยนแปลงสังคม หรือ สังคมเป็นผู้เปลี่ยนแปลง พลวัตของสื่อ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของสังคมไปสู่ความเข้าใจที่ถูกต้องในแต่ละประเด็นปัญหา โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสื่ออินเทอร์เน็ต

บทความนี้ เน้นการรวบรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิวัฒนาการของสื่อในแต่ละยุค ข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกำกับดูแลสื่อ และการประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อในยุค พลวัต ได้แก่ ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ และทฤษฎีสื่อแบบประชาธิปไตยและเน้นการมีส่วนร่วม รวมถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตสื่อ (ทั้งภาครัฐและเอกชน) อุปสรรคในการผลิต และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอเนื้อหา และที่สำคัญ คือ เสรีภาพในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นที่หลากหลายของผู้บริโภคสื่อ

คำสำคัญ : พลวัต / สื่อ

* ผู้ช่วยคณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

เลขที่ 38 ถนนเพชรเกษม เขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร 10160 e-mail : kamolwan@yahoo.com

Abstract

Dynamic media is a movement of technology convergence also a non-stop interactive among media receivers in 2 categories: Dynamic media is an active aspect of social change or dynamic media is a passive aspect by social change. The purpose is to change people in social perception, concerning numerous items about Internet.

The article emphasis on collecting information, regarding the development of media era; determining statistic data of several aspects, particularly the Internet; providing media laws which manipulate media; applying some theories considering dynamic media – Agenda Setting Theory, Uses and Gratification Theory, and Democratic-participant Media Theory, including problems about media producers (both public and private organization), threat of production, and effect of the content distribution as well. Furthermore, liberty of absolutely various opinion expressions of media receivers is concerned.

Keywords: Dynamic / Media

บทนำ

ความต้องการของมนุษย์นั้นไม่มีที่สิ้นสุด สังคมจึงมีการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงจะก้าวหน้าหรือถดถอย จะรวดเร็วหรือ ช้าลงขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มาเกี่ยวข้อง เช่น ระดับการศึกษาของคนใน สังคม โลกข้อมูลข่าวสารที่ไร้พรมแดน ตลอดจนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ของคนในสังคมนั้น เป็นต้น ซึ่งล้วนเป็นเหตุของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้ทั้งสิ้น การเปลี่ยนแปลงบางอย่างสามารถเห็นได้จากประสาทสัมผัส เช่น การเปลี่ยนแปลงวัตถุและสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ อันแสดงถึงความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยี แต่การเปลี่ยนแปลงบางอย่างอาจสัมผัสไม่ได้ แต่รู้สึกได้ เช่นการ เปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและระเบียบแบบแผนการดำเนินชีวิตของบุคคล

อัตราการเปลี่ยนแปลงในแต่ละสภาพของสังคมอาจแตกต่างกันกล่าว คือในสังคมเมือง การเปลี่ยนแปลงดำเนินไปในอัตรารวดเร็วและสลับซับซ้อน ส่วนในสังคมชนบทการเปลี่ยนแปลงดำเนินไปในอัตราที่ช้ากว่า แต่ก็มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของบุคคลหลายประการ คือ ชุมชนที่ไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ อาจจะมีดำรงชีวิตอย่างไม่มีความสุขและบางทีก็ปรับตัว ผิด ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่คนอื่นในสังคมจนกลายเป็นการสร้างปัญหา สังคมขึ้นมา อย่างไรก็ตาม หากไร้การเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง นั่นคือ การไร้ สิ้นซึ่งชีวิต “If it doesn't move it's dead”[1]

กระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง มีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา ก็คือ พลวัต โดยมีสื่อมวลชน (Mass Media) เป็นกลไกหลักในการกระตุ้นให้เกิดการ เปลี่ยนแปลง บทบาทในการสื่อสารของสื่อมวลชนคงจะหลีกเลี่ยงไม่พ้นเรื่องของ ‘อำนาจ’ สื่อใดจะมีอำนาจมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความเร็วในการส่งสาร และความกว้างขวางในการเข้าถึงผู้บริโภคสื่อ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญที่จะ นำพาอุดมการณ์ ทศนคติ ที่ถูกปรุงแต่งแทรกอยู่ในเนื้อหาของสื่อมวลชน ได้แบบเนียนเป็นอย่างดี นั่นคือ เทคโนโลยีการสื่อสาร (Communication Technology) นับตั้งแต่ยุคแห่งวัฒนธรรมการพูด (Oral Culture) ที่เห็นเด่น

ชาติในยุคกรีก คนที่พูดในที่สาธารณะ ก็คือ ผู้นำนั่นเอง เมื่อถูกเดินเบอร์กผลิตแท่นพิมพ์ ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ได้แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ในยุคแห่งวัฒนธรรมการพิมพ์ ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทำได้กว้างไกล และค่อนข้างคงทนสามารถอ่านซ้ำใหม่ได้หลายครั้ง จนกระทั่งเกิดยุคใหม่ของเทคโนโลยีการสื่อสารในศตวรรษที่ 19 นั่นคือ ยุควัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์ จนกระทั่งปัจจุบันในการมองความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมสามารถแบ่งแนวคิดได้เป็น 2 กลุ่ม คือ เทคโนโลยีการสื่อสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงสังคม และสังคมที่เปลี่ยนแปลงเป็นผู้กำหนดตัวเลือกของเทคโนโลยีการสื่อสาร

การหลอมรวมสื่อในยุคพลวัต

พลวัต (Dynamic) คือ การเคลื่อนไหว หรือไม่คงที่ (Not static) สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันเหตุการณ์ และเปิดโอกาสให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะระหว่างผู้รับสาร ในขณะที่ สื่อคงที่ (Static Media) เช่น หนังสือพิมพ์ที่ไม่สามารถปรับเปลี่ยนใดๆหลังจากเขียนเสร็จแล้ว ก็ยังคงเป็นสื่อคลาสสิก และได้รับการยอมรับในสังคม

สื่อ (Media) คือ สื่อที่เป็นเสมือนพาหนะนำเสนอภาพศิลป์ เสียง มิติ ความมีชีวิตชีวา และสีสัน (Art, Sound, Dimension, Animation, Color) โดยไม่หยุดนิ่ง พลวัตของสื่อ มักอ้างอิงความเคลื่อนไหวที่เกิดจากการบริโภคสื่อ ซึ่งรวมถึง เว็บไซต์ (Websites) เครือข่ายของสื่อ (Social Networking) และ นานาทัศนะทางสื่อออนไลน์ (Online Forums) ซึ่งเว็บไซต์ มักนำเสนอการปฏิสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือธุรกิจ ในขณะที่ การตลาดออนไลน์ มักนำเสนอผ่าน Twitter หรือ Facebook ซึ่งเป็นเครือข่ายของสื่อในสังคม

พลวัตของสื่อ (Dynamic Media) คือ การผสมผสานระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกระจายเสียง และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้เข้าถึงบุคคลจำนวนมากในเวลาเดียวกัน ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า “การหลอมรวมสื่อเทคโนโลยี”

(Convergence Technology Media) Jenkins [2] นักวิชาการด้านสื่อชาวสหรัฐอเมริกาในหนังสือ “Convergence Culture: Where Old and New Media Collide” ระบุว่า เป็นการหลอมรวมเนื้อหาของสื่อหลายรูปแบบ รวมถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อ ซึ่งมีความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมสื่อ อาทิ การให้บริการด้านการสื่อสารโทรคมนาคมที่แตกต่างกัน เช่น การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ โทรศัพท์ โทรศัพท และอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือ

อย่างไรก็ตาม อริน เจียจันทรพงษ์ [3] ได้แบ่งวิวัฒนาการของสื่อเป็น 4 ยุค ดังนี้

ยุคสร้างชาติ (พ.ศ.2475 – พ.ศ.2500) เป็นพื้นฐานแนวคิดสื่อทางเลือก อย่างมีนัยสำคัญ เกิดนักคิดคนสำคัญมากมาย โดยเฉพาะด้านการเมือง เช่น สังคมนิยม คอมมิวนิสต์ มาร์กซิส และเลนินนิสต์ เป็นต้น

ยุคเผด็จการครองเมือง (พ.ศ.2500 – พ.ศ. 2516) เป็นยุคสูงงอมของการเมืองกลุ่มลัทธิคอมมิวนิสต์ หากใครมีความขัดแย้ง วิพากษ์วิจารณ์รัฐ ก็อาจมีความเป็นไปได้ ทำให้คนทำสื่อหนีเข้าป่า จับปืนมากกว่าจับปากกา

ยุควิกฤติการเมือง และยุคศิลปะพัฒนา (พ.ศ. 2520 – พ.ศ. 2531) เป็นทั้งยุคที่รุ่งเรืองและโหดร้ายของสื่อทุกชนิด การแตกขั้ว แบ่งกลุ่ม เลือกร้าง และผลิตสื่อมากมายเพื่อโจมตี เป็นยุคที่บทบาทสื่อมวลชน เช่น วิทย์ และ โทรศัพท์ เริ่มปรากฏตัว และวางรากฐานอย่างมีพลัง

ยุคโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเมืองในระบอบประชาธิปไตยทุนนิยม (พ.ศ.2532 – ปัจจุบัน) ยุคทองของสื่อมวลชน และยุคแบ่งบานของสื่อทางเลือก เพราะมีทั้งความหลากหลาย และมีความอิสระกว่ายุคใด นอกจากนั้น เทคโนโลยียังเสริมให้สื่อมีบทบาทมากขึ้นในขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม การเปิดพื้นที่สาธารณะให้กับประชาชน การแพร่ขยายข้อมูลข่าวสารก็สามารถเป็นไปได้ทั่วถึง

“โลกาภิวัตน์” (Globalization) สามารถสืบย้อนไปได้ถึงปี พ.ศ. 2487 แต่ได้นำมาใช้โดยนักเศรษฐศาสตร์ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2524 [4] อย่างไรก็ตาม

แนวคิดยังไม่แพร่หลายหรือเป็นที่นิยมนจนกระทั่งหลังปีพ.ศ. 2538 เป็นต้นมา ยุคแรกของโลกาภิวัตน์ เป็นการเติบโตที่รวดเร็วมากในด้านการค้านานาชาติ เป็นปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์ทางธุรกิจ ความเป็นโลกาภิวัตน์สามารถบ่งชี้ได้เป็น 4 แนวทาง [5] ดังนี้

1. ทรัพยากร สินค้า และบริการ เช่น ความต้องการทรัพยากรธรรมชาติ การส่งออกและนำเข้าสินค้าที่เป็นสัดส่วนกับรายได้ประชาชาติต่อหัวของประชาชน

2. แรงงานและคน เช่น อัตราการย้ายถิ่นฐานเข้าและออก โดยชั่งน้ำหนักกับประชากร

3. เงินทุน เช่น การเปลี่ยนแปลงทางการเงิน การไหลเข้าและไหลออกของเงินลงทุนทางตรงที่เป็นสัดส่วนกับรายได้ประชาชาติ และรายได้ต่อหัวของประชากร

4. อำนาจและเทคโนโลยี เช่น การเคลื่อนไหวของกำลังติดอาวุธ การเคลื่อนไหวของงานวิจัย และการพัฒนาสัดส่วนของประชากร ใช้เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น การใช้โทรศัพท์ รถยนต์ อินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ เป็นต้น

ตั้งแต่โลกเข้าสู่ยุคที่เรียกว่าโลกาภิวัตน์ สังคมโลกมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ มากมาย เริ่มต้นจากการสื่อสารด้วยภาพและอักษรโดยมีอุปกรณ์ ได้แก่ กระดาษ หมึก และเครื่องเขียนต่างๆ ตามเทคโนโลยีไมโครอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เครื่องพิมพ์ดีด โทรศัพท์ ติดตามด้วยเทคโนโลยีไมโครอิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การส่งข่าวสารต่างๆ เป็นต้น เทคโนโลยีเหล่านี้เมื่อผสมผสานกับเทคโนโลยีคมนาคมซึ่งเป็นเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสาร เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรสาร รวมทั้งการสื่อสารผ่านดาวเทียม ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว การนำเอาวัสดุสมัยใหม่มาใช้ในการผลิตใยแก้วนำแสง (Fiber Optics) ทำให้มีการพัฒนาการสื่อสารด้วยภาพ เสียง และตัวเลขได้ดีขึ้นอย่างมาก และดาวเทียมนี้เอง ที่ทำให้สามารถใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งใช้ในการถ่ายทอดรายการต่างๆทางวิทยุโทรทัศน์ และการ

สื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่งผลประโยชน์ต่อมนุษยชาติอย่างมหาศาล

ในที่สุด สื่อก็กำลังมีพัฒนาการที่ก้าวข้ามศาสตร์ของการสร้าง การใช้สื่อไปสู่การขยาย “พื้นที่ทางสังคม” (Social sphere) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของสังคมไปสู่ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อประเด็นปัญหานี้ๆ โดยมีจุดเน้นด้านเนื้อหาที่ถ่วงดุลข่าวสารกระแสหลัก และการเข้าถึงผู้รับสารที่กว้างขวางขึ้น ทั้งในระดับชุมชน และระดับสังคม

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อพลวัตและประโยชน์สาธารณะ (Public Interest)

ในหนังสือเรื่อง “คลื่นลูกที่สาม” (The Third Wave) ซึ่งให้เห็นว่ากระแสคลื่นหรือกระแสวิถีชีวิตของมนุษย์ได้เกิดขึ้นมาก่อนแล้วสองลูกคือคลื่นการปฏิวัติเกษตรกรรมในยุคหินใหม่ ซึ่งกระแสคลื่นดังกล่าวใช้เวลานับพันปีกว่าจะแสดงตัวเองอย่างเด่นชัด และคลื่นลูกที่สองคือกระแสการปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 18 ซึ่งใช้เวลาประมาณ 300 ปี จึงสามารถแสดงออกซึ่งวิถีชีวิตแบบวิถีชีวิตคลื่นลูกเก่าได้ ส่วนคลื่นลูกที่สามที่กำลังเกิดขึ้น คือ คลื่นแห่งการปฏิวัติเทคโนโลยีระดับสูง ซึ่งคลื่นลูกที่สามนี้จะส่งผลกระทบต่อการผลิตแบบใหม่ ครอบครัวยุคใหม่ รวมทั้งสถาบันใหม่ที่จะบังเกิดขึ้น

รูปแบบครอบครัวจะเปลี่ยนไปอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ การปฏิวัติทางเทคโนโลยีการสื่อสารจะทำให้เกิดระบบการผลิตแบบใหม่ที่จะดึงคนจำนวนนับล้านคนให้ออกจากโรงงานอุตสาหกรรมเพื่อกลับเข้าทำงานในบ้าน โดยการปรับบ้านให้เป็นที่ทำงานแทน เพราะการทำงานในอนาคตจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลมากกว่าการทำงานกับสิ่งของหรือเครื่องจักร สามภรรยาจะมีเวลาได้อยู่ใกล้ชิดกันมากขึ้น ลักษณะการทำงานอาจแบ่งกันทำคนละชิ้นหรือแบ่งเวลากันทำคนละช่วง นอกจากนั้นแนวคิดในการหาคุ้มครองจะเปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งแต่เดิมการเลือกคุ้มครองมีเหตุผลสำคัญจากความรักในเชิงโรแมนติก แต่ในอนาคตคุ้มครองจะต้องพิจารณาการทำงานแบบรวมมันสมอง โดยจะต้องเพิ่มเกณฑ์การเลือกคุ้มครองในเรื่องสติปัญญา ความรับผิดชอบ ความมีวินัย

และคุณธรรมการทำงานด้วย โลกจะต้องก้าวต่อไปแต่ระบบครอบครัวก็จะเป็นสถาบันหลักของสังคมต่อไป ควบคู่ไปกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เนื่องจากระบบครอบครัวเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสังคมและการปรับตัวสู่อารยธรรมของคลื่นลูกใหม่

Denis McQuail [6] นักวิชาการสาขาวิชานิเทศศาสตร์ชาวอเมริกัน สร้างกรอบใหม่ในการพิจารณาบรรทัดฐานของสื่อทั้งในด้านโครงสร้างและการปฏิบัติงาน โดยมีแนวความคิดพื้นฐานว่า “สื่อดำรงอยู่บนความคาดหวังว่าจะรับใช้สาธารณประโยชน์หรือประโยชน์สุขโดยรวมของประชาชน” กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ สื่อแตกต่างจากรูทิจทั้งหมด เนื่องจากมีพันธกิจในระยะยาวต่อสังคม โดยเฉพาะมิติด้านการเมืองและวัฒนธรรม

McQuail ได้แบ่งแนวคิดเกี่ยวกับสาธารณประโยชน์ที่เกี่ยวกับการทำงานและเนื้อหาของสื่อ ออกเป็น 3 แนวคิด ได้แก่

1. แนวคิดที่มองว่าสาธารณประโยชน์หมายถึง สิ่งที่คนส่วนใหญ่ในสังคมนิยมชมชอบหรือเห็นด้วย (The public interest = What interests the public) หากพิจารณาในบริบทของสื่อ เนื้อหาที่สนองสาธารณประโยชน์ก็คือ เนื้อหาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในตลาดสนใจหรือต้องการนั่นเอง

2. แนวคิดที่มองว่าสาธารณประโยชน์จะต้องมีที่มาหรือถูกตัดสินโดยค่านิยมหรืออุดมการณ์หลักของสังคม เช่น ลัทธิมาร์กซิสต์ ความเชื่อทางศาสนา หรืออุดมการณ์แห่งตลาดเสรี

3. แนวคิดที่เห็นสาธารณประโยชน์เป็นผลลัพธ์จากกระบวนการแลกเปลี่ยน ได้เถียง และตัดสินใจร่วมกันแบบประชาธิปไตย เพราะฉะนั้นสาธารณประโยชน์ตามความคิดนี้ จึงไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัว แต่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปเรื่อยๆ ขึ้นกับการต่อรองของกลุ่มต่างๆ ในสังคม แนวคิดนี้มุ่งประเด็นความหลากหลายในประเภทหรือรูปแบบของเนื้อหาที่น่าเสนอ ระดับการครอบคลุมหรือการปฏิบัติงานของสื่อ และการเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้กลุ่มคนที่มีพื้นฐานและความคิดเห็นหลากหลายเข้าถึงได้ เพื่อแลกเปลี่ยน

เปลี่ยน ถกเถียง และปกป้องผลประโยชน์ของกลุ่มตน

การเกิดขึ้นของสื่อใหม่ทำให้สื่อเก่าได้รับผลกระทบโดยตรง ที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ปัจจุบันยอดขายลดลงเป็นจำนวนมาก สื่ออินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสื่อกระแสหลัก เพราะเป็นสื่อที่คนเข้าถึงได้ง่าย มีความรวดเร็ว ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม แต่ก็มีข้อควรระวังที่ทำให้ความเป็นส่วนตัวลดลง ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และโทรคมนาคมมีความเจริญก้าวหน้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ

New York Time กำลังมีการเก็บเงินจากผู้ที่เข้าอ่านจากทางเว็บไซต์ หรือหนังสือพิมพ์ไทยที่ไม่ทำข่าวเชิงลึก เพื่อลดต้นทุน เหตุการณ์นี้จะเกิดขึ้นหรือไม่ ถ้าไม่มีสื่อใหม่ ไม่มี Social Network ที่ทำให้คนเกิดการมีส่วนร่วมในเรื่องเดียวกันแบบนี้ ทุกวันนี้ สื่อใหม่ มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ เช่น ปรากฏการณ์สื่อออนไลน์ได้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของสังคมไทยกับการชำระภาษีอากร โดยเฉพาะจากกรณีของดาราดังที่เป็นข่าวหน้าแรกในหนังสือพิมพ์หลายฉบับ

รายงานจาก Internet World Stats [7] แจ้งว่า ปัจจุบัน จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกโดยประมาณ 2.095 พันล้านคน หรือ ร้อยละ 30.2 ของประชากรโลก โดยเมื่อเปรียบเทียบในทวีปต่างๆ พบว่าทวีปที่มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ เอเชีย พบจำนวนผู้ใช้นับถึง 578.5 ล้านคน หรือคิดเป็น ร้อยละ 44 ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมด และประเทศที่มีประชากรผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือประเทศจีน คิดเป็นจำนวน 384 ล้านคน หากเปรียบเทียบจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตกับจำนวนประชากรรวม พบว่าทวีปอเมริกาเหนือมีสัดส่วนผู้ใช้ต่อประชากรสูงที่สุดคือ ร้อยละ 78.3 รองลงมาได้แก่ ทวีปออสเตรเลีย ร้อยละ 60.1 และ ทวีปยุโรป คิดเป็น ร้อยละ 58.3 ตามลำดับ

สถิติของลักษณะ และพฤติกรรมการใช้สื่อยุคพลวัต

อินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1969 (พ.ศ. 2512) จากการเกิดเครือข่าย

ARPANET (Advanced Research Projects Agency NETwork) ซึ่งเป็นเครือข่ายสำนักงานโครงการวิจัยขั้นสูงของกระทรวงกลาโหม ประเทศสหรัฐอเมริกา [8] โดยมีวัตถุประสงค์หลักของการสร้างเครือข่ายคือ เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถเชื่อมต่อ และมีปฏิสัมพันธ์กันได้ เครือข่าย ARPANET ถือเป็นเครือข่ายเริ่มแรกซึ่งต่อมาได้ถูกพัฒนาให้เป็นเครือข่าย อินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทย อินเทอร์เน็ตเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยการเชื่อมต่อมินิคอมพิวเตอร์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) ไปยังมหาวิทยาลัยเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย แต่ในครั้งนั้นยังเป็นการเชื่อมต่อโดยผ่านสายโทรศัพท์ ซึ่งสามารถส่งข้อมูลได้ช้าและไม่เป็นการถาวร จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2535 ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้ทำการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์กับมหาวิทยาลัย 6 แห่ง ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เข้าด้วยกันเรียกว่า ‘เครือข่ายไทยสาร’

เมื่อพิจารณาสัดส่วนของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือเป็นรายภาค (สำนักงานสถิติแห่งชาติ) พบว่า ในปีพ.ศ.2554 กรุงเทพมหานคร มีสัดส่วนผู้ใช้คอมพิวเตอร์มากที่สุด คือ ร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ 32.2 ภาคเหนือ ร้อยละ 30.6 ภาคใต้ ร้อยละ 30.0 และน้อยที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 28.4 ส่วนการใช้อินเทอร์เน็ต กรุงเทพมหานครมีผู้ใช้งานมากที่สุด คือ ร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ ภาคกลาง และภาคเหนือ ร้อยละ 23.1 ภาคใต้ ร้อยละ 21.0 และน้อยที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 20.3

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการใช้คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และโทรศัพท์มือถือของประชาชนอายุ 6 ปีขึ้นไป ระหว่างปีพ.ศ. 2548 – พ.ศ.2554 พบว่า ผู้ใช้คอมพิวเตอร์มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจาก ร้อยละ 24.5 (จำนวน 14.5 ล้านคน) เป็นร้อยละ 32.0 (จำนวน 19.9 ล้านคน) ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น จากร้อยละ

12.0 (จำนวน 7.1 ล้านคน) เป็นร้อยละ 23.7 (จำนวน 14.8 ล้านคน) และผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 36.7 (จำนวน 21.7 ล้านคน) เป็นร้อยละ 66.4 (จำนวน 41.4 ล้านคน)

เมื่อเปรียบเทียบการใช้อินเทอร์เน็ตระหว่างเพศชายและเพศหญิงพบว่า สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของเพศชายใกล้เคียงกับเพศหญิง โดยในระหว่างปีพ.ศ.2548 – พ.ศ.2554 สัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตของเพศชายเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 11.8 เป็นร้อยละ 23.5 ส่วนเพศหญิงเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 12.2 เป็นร้อยละ 23.9 นอกจากนี้ การใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มอายุต่างๆ ในปี 2554 พบว่า กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีสัดส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด ร้อยละ 51.9 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 6-14 ปี ร้อยละ 38.3 กลุ่มอายุ 25-34 ปี ร้อยละ 26.6 กลุ่มอายุ 35-49 ปี ร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดในกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 5.5

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงดังนี้ ปีพ.ศ. 2534 (30คน) ปีพ.ศ. 2535 (200 คน) ปีพ.ศ. 2536 (8,000 คน) ปีพ.ศ. 2537 (23,000 คน) สำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่า ปีพ.ศ. 2551 จากจำนวนประชากรอายุ 6 ปีขึ้นไปประมาณ 59.97 ล้านคน พบว่ามีผู้ใช้คอมพิวเตอร์ 16.99 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ต 10.96 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 18.2 ยิ่งกว่านั้น บริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด ได้จัดทำ สถิติของพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยเฉพาะในยุคของ Social Network พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตของประชากรอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 26.77 เมื่อเทียบกับปี ค.ศ. 2010 จำนวนประชากรอินเทอร์เน็ตออนไลน์ เฉลี่ยแต่ละวันประมาณ 6 ล้านคน เป็นผู้ที่อยู่ในต่างประเทศ 4 แสน 4 หมื่นคน เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2554 เป็นเดือนที่มีประชากรอินเทอร์เน็ตออนไลน์ในประเทศไทยสูงสุด 25,090,390 คน จำนวนครั้งของการเยี่ยมชมเว็บไซต์ในประเทศไทยเฉลี่ยต่อวัน ไม่มีการเปลี่ยนแปลง

เลยเมื่อเทียบกับปีค.ศ. 2010 ยิ่งกว่านั้น ในปีค.ศ. 2011 จำนวนประชากรบนอินเทอร์เน็ตของประเทศไทยมีจำนวนมากกว่า 25 ล้านคนแล้ว

สำหรับการจัดประเภทหมวดเว็บไซต์ยอดนิยมของประชากรไทย โดยไอที 24 ชั่วโมง [8] พ.ศ.2554 ผลการสำรวจเป็นไปตามตาราง ดังนี้

Thailand Internet Statistics 2011:

สถิติภาพรวมประจำปี พ.ศ. 2554 (1 ม.ค. – 31 ส.ค. พ.ศ. 2554)

หมวด	จำนวนเว็บ (%)	การใช้งาน (%)
บันเทิง	965 (8.17)	37.50 %
เกมส์	287 (2.43)	13.26 %
บุคคล – สังคม	903 (7.65)	10.41 %
ข่าว – สื่อ	435 (3.68)	7.42 %
ช้อปปิ้ง	1067 (9.04)	5.56 %
กีฬา	313 (2.65)	5.10 %
ธุรกิจ	1338 (11.33)	3.38 %
ยานยนต์	303 (2.57)	2.61 %
ธนาคาร – การเงิน	211 (1.79)	2.18 %
การศึกษา	1325 (11.22)	2.12 %
ศิลปะ – วัฒนธรรม	324 (2.74)	2.09 %
คอมพิวเตอร์	590 (5.00)	1.84 %
มือถือ – พีดีเอ	200 (1.69)	1.64 %
อินเทอร์เน็ต	779 (6.60)	1.59 %
ท่องเที่ยว	919 (7.78)	1.16 %

ที่มา: www.it24hrs.com

ช่วงเวลาที่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ 18.00 – 02.00 น. ในขณะที่ช่วงเวลาที่ใช้น้อยที่สุด คือ 5.00 – 6.00 น.

จะเห็นได้ว่า การสื่อสารของมนุษย์เป็นขบวนการที่มีพลวัต (Dynamic) มีผลกระทบซึ่งกันและกันระหว่างองค์ประกอบของการสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสาร (Sender) สื่อ (Channel) เนื้อหา (Message) และผู้รับสาร (Receiver) ดังนั้น การสื่อสารของมนุษย์จึงมีความต่อเนื่อง (Continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (Changing) และต้องอาศัยการปรับตัว (Adjustment) ตลอดเวลา

พลวัตของสื่อ คืออะไร

พลวัตของสื่อ (Dynamic Media) คือ กระบวนการหลอมรวม (Convergence) ที่เป็นการบูรณาการระหว่างโทรคมนาคม (Telecommunication) การสื่อสารข้อมูล (Data Communications) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communications) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งและผู้รับที่สามารถปรับเปลี่ยนบทบาทกันได้ทุกขณะ เนื่องจากผู้รับและผู้ส่งสามารถสื่อสารกันได้ตามเวลาและสถานที่ที่ตนสะดวก นอกจากนี้ สื่อพลวัตยังมีข้อเด่นที่สามารถใช้ติดต่อกันได้ตลอดเวลา และติดต่อกันได้จากทั่วโลก โดยมีต้นทุนการเข้าถึงสื่อที่ต่ำลงเรื่อยๆ

การใช้อินเทอร์เน็ต Facebook หรือ Twitter ที่อาจส่งผ่านข้อความส่วนตัวได้ แต่ในพื้นที่ข่าว หรือความคิดเห็นยังต้องเคารพหลักการ และการพูดความจริง เพื่อมิให้พื้นที่สาธารณะในสื่อสังคมออนไลน์ เป็นพื้นที่การกระจายข่าวร้าย หรือเป็นเครื่องมือการโฆษณาชวนเชื่อเท่านั้น สื่อชนิดใหม่ (New Media) จำพวกสื่อดิจิทัล ซึ่งแต่ละชนิดต่างมีข้อดีข้อเด่นแตกต่างกันไป สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์นั้น มีข้อดีที่สามารถสื่อสารภาพและเสียงได้ สมบูรณ์แบบ หากสังเกตแบนเนอร์โฆษณาบนเว็บไซต์ ปัจจุบันมีความใกล้เคียงกับหนังสือทางโทรทัศน์มากขึ้นเรื่อยๆ การฟังเพลงหรือชมรายการโทรทัศน์ในรูปแบบเดิมจากแผ่นซีดี ก็เปลี่ยนมาอยู่ในรูปแบบของไฟล์เสียง

และภาพที่ถูกบีบให้มีขนาดเล็กแต่คุณภาพดั้งเดิม ที่สามารถเปิดฟังหรือชมผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์มือถือ

“สื่อใหม่” (New Media) มีความหมายครอบคลุมถึงการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 [9] เทคโนโลยีที่ถูกนิยามว่าเป็นสื่อใหม่ ส่วนมากมักจะมีคุณลักษณะที่ถูกจัดการได้ (Manipulate) เชื่อมต่อเป็นเครือข่ายได้ (Networkable) ทำให้หนาแน่น (Dense) และบีบอัดสัญญาณได้ (Compressible) มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และมีความเป็นกลาง (Impartial) ดังนั้น จึงไม่ได้หมายความเพียงเฉพาะรายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วารสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์แบบคลาสสิกทั่วไป

นอกเหนือจากสถิติต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอินเทอร์เน็ตดังกล่าวข้างต้นแล้ว NECTEC ได้จัดทำการศึกษาจากกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปีพ.ศ.2553 [10] พบว่า คนส่วนใหญ่ใช้เวลาในอินเทอร์เน็ตไปกับการเช็คอีเมล ร้อยละ 27.2 ใช้สืบค้นข้อมูลร้อยละ 26.1 และติดตามข้อมูลข่าวสารต่างๆ ร้อยละ 14.1 มากกว่าการเข้าชมรายการ Internet TV ที่มีอัตราการใช้งานเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น ซึ่งการรับชมโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต หรือที่เรียกกันว่า Internet TV นั้นเป็น TV on Demand ที่ผู้บริโภคริโศสามารถเลือกชมได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่ตามความสะดวก อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยและการวิเคราะห์ถึงปัญหาการเติบโตของ Internet TV [11] ในมุมมองของผู้ผลิตรายการ แสดงให้เห็นว่า ปัญหาที่ทำให้ Internet TV ไม่เติบโตในประเทศไทยมีสาเหตุมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่

- 1) ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Infrastructure) ที่ประชากรไทยไม่สามารถเข้าถึงโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้อย่างทั่วถึง (รวมถึงปัญหาของ 3G)

- 2) ปัญหาด้านการรับรู้ จากที่รายการ Internet TV ส่วนใหญ่จะมีชื่อเสียงเฉพาะรายการ แต่ไม่ได้เชื่อมโยงไปถึงสถานีหลัก

3) ปัญหาเรื่อง เนื้อหา (Content) รายการ Internet TV มักมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการผลิตเนื้อหา ซึ่งต้องขึ้นกับความต้องการของเจ้าของรายการแต่เพียงผู้เดียว ทำให้ขาดคุณภาพและมาตรฐาน เพราะ Internet TV เป็นสื่อที่ผลิตและเผยแพร่ได้ง่าย โดยปราศจากการคัดกรอง และไม่มีบทลงโทษทางกฎหมายที่ชัดเจน

ส่วนมุมมองของ ผู้บริโภคสื่อ Internet TV แสดงให้เห็นถึงปัญหาที่ทำให้ไม่เติบโต โดยแบ่งเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) ปัญหาด้านการรับรู้ ขาดการ Promote รายการที่ดี และไม่มีการเชื่อมโยงรายการเข้ากับสถานีหลัก 2) ปัญหาเรื่องการรับชม ส่วนใหญ่แล้วจะไม่ได้ติดตามชมเป็นประจำ รวมทั้งความถี่ในการรับชมที่ไม่บ่อยนัก ซึ่งจัดเป็นปัญหาเกี่ยวกับช่องว่างของเทคโนโลยี

Van Dijk [12] นิยาม “ช่องว่างทางเทคโนโลยี” หมายถึง ปრაกฏการณ์ของการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างไม่เท่าเทียมกัน จะเกิดการแบ่งแยกทางสังคมระหว่าง กลุ่มคนที่เข้าถึงเทคโนโลยีกับกลุ่มที่เข้าไม่ถึง เนื่องจากต้องใช้ทักษะและความรู้เฉพาะ เช่น ความรู้ในการใช้เครื่องมือ ความชำนาญด้านภาษา ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัย อีกทั้งเทคโนโลยีเหล่านี้จะมีราคาแพง ทำให้คนบางกลุ่มเท่านั้นที่มีโอกาสเข้าถึงได้

พลวัตของสื่อกับความคิดสร้างสรรค์

การสื่อสารแบบไร้สายเป็นส่วนหนึ่งในแนวคิดของหนังสือเคลื่อนที่ (Dynabook) ในขณะที่คนส่วนใหญ่เชื่อว่า คอมพิวเตอร์ คือ อุปกรณ์/เครื่องมือ สำหรับวิศวกรหรือนักธุรกิจ แต่ Kay & Goldberg คิดว่า เด็กก็สามารถใช้คอมพิวเตอร์โดยเฉพาะเพื่อการสร้างสรรค์ การสนทนาโต้ตอบ ความจริงที่พวกเขาควบคุมได้ ความรู้สึกที่ได้รับมากกว่าการเล่นของเล่น หรือเกมการแก้ปัญหาต่างๆ ความรู้สึกสำเร็จจากประสบการณ์ที่พวกเขาได้รับ ทำให้ใช้เวลาอยู่หน้าจอได้นานนับชั่วโมง ความสามารถในการอ่านผ่านสื่อ ทำให้คุณสามารถเข้าถึงอุปกรณ์/เครื่องมือ ที่ผู้อื่นคิดค้น ในขณะที่ความสามารถในการ

เขียนผ่านสื่อ จะทำให้คุณเผยแพร่อุปกรณ์/เครื่องมือผู้อื่น

Alan Kay และ Adele Goldberg [13] กล่าวว่า คอมพิวเตอร์ Notebook เป็นอุปกรณ์ที่สามารถพกเก็บได้ในเสื้อหนาว (Overcoat) นำไปใช้เพื่อการศึกษา เพื่อธุรกิจ เพื่องานประชาสัมพันธ์ ฯลฯ เฉกเช่น หนังสือเคลื่อนที่ (Dynabook) ด้วยขนาดที่เล็ก พกพาได้สะดวก และสามารถป้อนข้อมูล หรือเรียกดูข้อมูลได้เป็นจำนวนมาก ทำนองเดียวกันกับระบบความรู้สึกของมนุษย์ การสร้างสรรค์ตัวอักษรที่หลากหลาย แสดงออกได้ถึงอารมณ์ที่แตกต่างในรูปแบบทั้งการเขียนและการอ่าน จนกระทั่งเกิดนวัตกรรมที่เรียกว่า Dynabook หรือ หนังสือเคลื่อนที่ หมายถึง เครื่องกลที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ใช้ เจ้าของสามารถปรับแต่งให้เป็นไปตามความต้องการของตน ซึ่งอาจมีเนื้อหาสาระกว้างขวางที่พร้อมใช้งาน ยังไม่ถูกใช้งาน และกำลังถูกประดิษฐ์ขึ้นใหม่ หนังสือเคลื่อนที่ (Dynabook) สามารถประยุกต์ใช้หน่วยความจำ รูปแบบปฏิสัมพันธ์หรือคลังเก็บไฟล์ เพื่อการจดจำ การมองเห็น และการได้ยิน

สำหรับนักการศึกษา Dynabook เป็นเสมือนโลกใบใหม่ที่ถูกจำกัดก็เพียงจินตนาการ และความฉลาด พวกเขาสามารถใช้สอนเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ที่ซับซ้อน และความสัมพันธ์ต่างๆ ให้เป็นเรื่องง่ายด้วยระบบข้อมูลแบบหนังสือเรียน หรือแม้กระทั่ง คณิตศาสตร์ ที่อาจกลายเป็นภาษาประจำวัน และสร้างความตื่นตื้นให้เกิดขึ้นกับเด็กๆ เช่นเดียวกันกับนักการสื่อสารที่สามารถสร้างสรรค์ Dynabook และประยุกต์ใช้เพื่อการทำงานทั้งในแวดวงของข่าว และแวดวงบันเทิง เพื่อประโยชน์แก่ผู้บริโภคสื่อ

พลวัตของสื่อ กับ การพยากรณ์อนาคต

ไม่สามารถจินตนาการได้ว่าชีวิตที่ขาด Google YouTube Facebook หรือ E-mail จะเป็นอย่างไร การกรอกแบบฟอร์มใดๆในอดีต มักมีเพียง ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ และอาจมีเบอร์โทรศัพท์ (ที่บ้าน/ที่ทำงาน) แต่ปัจจุบันนี้ การกรอกแบบฟอร์มใดๆ มักจะต้องมีเบอร์โทรศัพท์มือถือ และ E-mail ซึ่งในอนาคตอาจต้องมีรหัส (Code) อื่นใดเพิ่มเติมกว่านี้อีกก็เป็นได้

ในอดีต เราไม่มีเครื่องมือสื่อสาร หากเกิดภัยพิบัติ ไม่ว่าจะเจ็บโรคระบาด ภัยธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ฯลฯ กว่าจะรับรู้ก็ช้าเกินไปเสียแล้ว ทำให้เราปรับตัวไม่ทัน ทุกวันนี้ มีอินเทอร์เน็ตที่วิ่งด้วยความเร็วแสง ทำให้ทุกที่กลายเป็นที่เดียวกัน ข่าวจะเกิดขึ้นใน Social Media ก่อนจะถูกนำเสนอในโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ ทุกเรื่องในกระแสสังคม ไม่ว่าจะอยู่ห่างไกลสักเพียงใด ก็สามารถรับรู้ได้ทันทั่วทั้งที่ Social Media จึงคล้ายคลึงกับ Time Machine ที่ทำให้เราเห็นเหตุการณ์ล่วงหน้า เราสามารถรู้เหตุการณ์ต่างๆ ที่เริ่มตั้งเค้าก่อตัว แล้วกระทบกันเป็นโดมิโน จนเกิดเหตุการณ์บานปลายใหญ่หลวงได้ด้วยโปรแกรมต่างๆ เช่น การก่อกบฏบนหน้าสถานีทูตสหรัฐของประเทศต่างๆที่นับถือศาสนาอิสลาม เนื่องจากภาพยนตร์ที่ชาวสหรัฐเป็นผู้ผลิต เป็นต้น

โดยเฉพาะ Twitter ที่มีคลื่นสะท้อนที่เร็วกว่าสื่ออื่น สามารถบอกได้ว่าเกิดเหตุร้าย เหตุฉุกเฉินที่ไหน ช่วงนี้คนส่วนใหญ่กำลังสนใจอะไร และพูดคุยร่วมด้วยกับการดูโทรทัศน์แบบนาที่ต่อนาที่ Social media จะรวมไปถึงระบบการสื่อสารทั้งหมดที่ผู้คนจะติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันได้ตลอดเวลา แม้ว่าจะเป็นสื่อเก่า สำนักข่าว ช่องทีวีใดๆ ก็ตาม ก็จะถูกเชื่อมโยงกับ Social Media และมีการตอบสนองกันของข่าวสารที่มาจากประชาชนและมาจากภาครัฐภาคเอกชน จนเสมือนใช้พื้นที่เดียวกัน อย่างไรก็ตาม สื่ออินเทอร์เน็ตไม่ใช่สังคมทั้งหมด สื่อใหม่อย่าง Social Media ยังต้องการการตอบสนองจากสื่อกระแสหลัก หรือสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ อยู่นั่นเอง

ปัญหาและอุปสรรคของการติดต่อสื่อสารยุคพลวัต

ผู้บริโภคสื่อมีเสรีภาพสูงในการกำหนดเนื้อหา และรูปแบบการใช้ประโยชน์ หรืออาจเรียกว่า มีความเป็นสาธารณะโดยส่วนตัว (Personic = Public + Person) [14] จึงมีประเด็นสำคัญที่สร้างความกังวลเกี่ยวกับวิธีการหรือแนวทางการใช้งานของผู้ใช้แต่ละคนที่จะก่อให้เกิดประโยชน์หรือโทษต่อสังคม ในกรณีหากมีการนำไปใช้ในทางที่ไม่เหมาะสม อาจก่อให้เกิดความเสียหาย กระทบกระเทือนต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงของรัฐ ดัง

คำกล่าวของ Keith David [15] กล่าวว่า “การติดต่อสื่อสารของมนุษย์ มักจะเผชิญกับปัญหา และอุปสรรคหลายประการที่เป็นสิ่งสกัดกั้นการติดต่อสื่อสาร ให้อัตถุประสิทธิภาพหรือล้มเหลว (Communication Breakdown)”

ดวงพร ณ นคร [16] ได้แบ่งอุปสรรคของการสื่อความหมายในการถ่ายทอดข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการติดต่อสื่อสาร 2 ประเภท คือ

1. สิ่งรบกวนทางจิตใจ ได้แก่ อุปสรรคทางภาษา (Semantic Noise) ทำให้เกิดการเข้าใจผิด เป็นต้น
2. สิ่งรบกวนภายนอก ได้แก่ อุปสรรคในตัวของสื่อ (Mechanical Noise) ทำให้ภาพหรือเสียงไม่ชัดเจน เป็นต้น

ในยุคของเทคโนโลยีระบบดิจิทัล ความเร็วในการสื่อสารเป็นตัวแปรสำคัญ เพื่อความอยู่รอดในเชิงธุรกิจ สื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ หันมาจับกลุ่มลูกค้าออนไลน์ ทำให้เกิดผลเสียในแง่การนำเสนอข่าวเช่นกัน โดยเฉพาะเมื่อการชิงความเร็วทำให้เกิดข้อผิดพลาด ส่งผลต่อการแข่งขัน โดยเน้นที่ความเร็วมากกว่าความถูกต้อง หรือบางครั้ง เป็นการแสดงความคิดเห็นหรืออารมณ์ มากกว่าข้อเท็จจริง จนทำให้เกิดการเข้าใจผิด หรือข้อเท็จจริงที่คลาดเคลื่อน

เราใช้เครื่องมือใหม่เหล่านี้อย่างไร? อะไรคือผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม?

มนุษย์สามารถส่งวัตถุออกไปนอกโลกได้เมื่อ 5 ทศวรรษมาแล้วเมื่อสหภาพโซเวียตได้ส่งดาวเทียมสปุตนิกขึ้นสู่อวกาศในปลายปี ค.ศ. 1957 และสหรัฐอเมริกาส่งดาวเทียม Explorer ได้ในเดือนมกราคมปีถัดมา [17] จากนั้นทั้งสหรัฐอเมริกาและสหภาพโซเวียตก็แข่งขันกันส่งดาวเทียมและยานอวกาศขึ้นสู่อวกาศอย่างต่อเนื่อง

มนุษย์ไม่อยู่หนึ่ง แต่ได้พยายามสำรวจจักรวาล อันกว้างใหญ่ไพศาล โดยการส่งยานสำรวจออกไปนอกระบบสุริยะ ส่งกล้องโทรทัศน์อวกาศไปลอย

อยู่นอกโลกเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของจักรวาล รวมทั้งการส่งสัญญาณติดต่อไปยังดวงดาวที่คาดว่าอาจมี 'สิ่งมีชีวิตที่ชาญฉลาด' (Extra Terrestrial)

Mr. X (นามสมมติ) ได้ให้สัมภาษณ์บนที่กเทศปในรายการของ Bill Ryan และ Kerry Cassidy เผยแพร่ผ่านทาง Website serpo.org [18] เขาเคยทำงานให้กับบริษัทยานอวกาศแห่งหนึ่ง ภายใต้การรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด และได้รับมอบหมายให้เป็นผู้จัดเก็บเอกสารเก่าๆจำนวนหนึ่ง เพื่อจำแนกให้เป็นหมวดหมู่ตามวันที่ที่บันทึกของเอกสารเหล่านั้น ย้อนหลังไปถึงปี ค.ศ.1950 ในเอกสารได้ระบุไว้ว่า จะมีรูปธรรมชีวิตต่างพิภพจำนวนมากมาเยือนโลกในปี ค.ศ. 2012 นี้ จากการเผยแพร่เรื่องราวการค้นพบเหล่านี้ผ่าน Social Media อย่างกว้างขวาง ทำให้นักข่าวชาวสหรัฐอเมริกาใช้เป็นคำถามผ่อนคลายในการสัมภาษณ์ประธานาธิบดี บารัค โอบามา ถึงการเตรียมแผนการสื่อสารกับมนุษย์ต่างดาวที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตอีกด้วย

เราจะต้องเลือกรับสื่ออย่างมีสติ เพราะข้อมูลข่าวสารพรังพรุเข้ามาจากรอบด้าน การคิดวิเคราะห์ หรือไม่ปล่อยตัวปล่อยใจไปตามกระแสข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการกำหนดวาระของข้อมูลข่าวสาร (Agenda Setting) มักตกอยู่ภายใต้ชนชั้นนำ และชนชั้นนายทุน

ทฤษฎีและแนวทางการวิเคราะห์

จากการประมวลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อในยุคพลวัต สามารถประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งด้านผู้ผลิตสื่อ ผู้บริโภคสื่อ การเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

1. สื่อคือสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (Media are constructions) : สื่อคือสถาบันที่เกิดจากเทคโนโลยีของโลกยุคใหม่ และได้กลายเป็นสถาบันการเรียนรู้ตลอดชีวิตของสังคม คำกล่าวที่ว่า "Camera never lies" ไม่สามารถใช้อธิบายภาพที่ปรากฏได้เสมอไป เพราะมีการปรับแต่ง (Cut & Paste) ในคอมพิวเตอร์ด้วยเทคนิคโปรแกรมต่างๆที่ทันสมัยจนยากต่อการตัดสินใจว่าอะไรจริง อะไรเท็จ

2. สื่อสร้างค่านิยมและอุดมคติ (Media messages contain values and ideologies)

3. สื่อทำให้มีผลที่ตามมาทางการเมืองและสังคม (Media messages have social and political consequences) : ทุกวันนี้ เราเสพข่าวสารจำนวนมากที่มีวาระซ่อนเร้น (Hidden agenda) และมักเป็นข่าวที่ถูกสร้างขึ้น (Agenda setting)

4. สื่อแต่ละชนิดมีเอกลักษณ์และข้อจำกัด (Each medium has a unique aesthetic form): สื่อแต่ละชนิดมีธรรมชาติของตัวเอง ในกระบวนการผลิต อาจทำให้เนื้อหาถูกตัดต่อน ปรับแต่ง ลดปริมาณและคุณภาพ รวมถึงอาจกลายเป็นการสร้างความจริงเทียมขึ้นในที่สุด

กล่าวได้ว่า ยิ่งเทคโนโลยีด้านการสื่อสารก้าวหน้าไปมากเท่าใด สื่อยิ่งต้องแข่งขันกันมากขึ้นเท่านั้น และยังทำให้สื่อใช้เทคโนโลยีขั้นสูงไปในการสร้างเทคนิควิธี และกลยุทธ์เอาชนะใจผู้รับสารมากขึ้นอีกด้วย เป็นที่แน่นอนว่าเทคโนโลยี คือ เครื่องมือของการผลิตความจริงเทียมที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง

ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda Setting Theory)

เป็นที่น่าสนใจว่า ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารสามารถนำมาใช้กับอินเทอร์เน็ต หรือการสื่อสารแบบพลวัต (Dynamic Communication) ได้หรือไม่ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารของเว็บไซต์จะมีความหลากหลายมากมาย จนกระทั่งไม่น่าจะกำหนดวาระให้กับข่าวสารได้ อย่างไรก็ตาม Myung-ho Yoon นักศึกษาเกาหลี [19] ทำการศึกษาการเปิดรับเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ประเทศเกาหลีของนักศึกษาเกาหลีที่มหาวิทยาลัย Texas เกี่ยวกับประเด็นทางเศรษฐกิจในประเทศเกาหลี

Yoon ใช้วิธีสอบถามทางโทรศัพท์กับนักศึกษาเกาหลีเหล่านั้นว่า โดยส่วนตัวแล้วพวกเขาคิดว่าประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับปัญหาทางเศรษฐกิจของเกาหลีในขณะนี้คืออะไร (Public Agenda) และใช้วิธีการศึกษา Content

analysis กับ เว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์เกาหลีระดับแนวหน้าจำนวน 3 เว็บไซต์ในหน้าเศรษฐกิจและธุรกิจ (Media Agenda) จากนั้น นำประเด็นที่ได้มาเปรียบเทียบกัน ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นใดที่ได้รับการจัดให้เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่สุด ใน Agenda หนึ่ง ก็จะเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดในอีก Agenda หนึ่งด้วย

ยิ่งกว่านั้น สมมติฐานข้อหนึ่งของทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารที่ว่า บุคคลที่เปิดรับสื่อมากกว่า จะสะท้อนประเด็นของสื่อ นั้นมากกว่าบุคคลที่เปิดรับสื่อน้อยกว่า ซึ่งผลการวิจัยของ Yoon แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวก ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความเหมือนกันในการจัดลำดับข่าวสารของสื่อ กล่าวคือ นักศึกษาที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ในเว็บสูง ก็จะมีคามคล้ายคลึงกันสูง ระหว่างประเด็นข่าวของตัวเองกับการจัดประเด็นข่าวของหนังสือพิมพ์ในเว็บ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Theory)

Chang [20] ได้ส่งแบบสอบถามทาง E-mail ถึงนักศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลในการเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ใน 3 ประเภท คือ

1) คุณลักษณะของสื่อ (Media attributes) ในด้านการรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นทันทีทันใด (Immediacy) กับการได้รับข่าวสารในเวลาที่ต้องการ (Stability) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อผู้ใช้มากที่สุด ส่วนการได้พูดคุยกับนักข่าว (Interactivity) เป็นประเด็นที่มีความสำคัญน้อยที่สุด

2) สถานการณ์ที่เปิดรับ (Exposure situation) เป็นไปเพื่อการเรียนรู้สิ่งต่างๆ มากที่สุด การสร้างมิตรภาพ (Companionship) เป็นเหตุผลที่ได้รับการจัดลำดับว่าสำคัญน้อยที่สุดในการออนไลน์

3) ความสามารถที่จะเข้าถึง (Accessibility) ทั้งปัจจัยด้านความประหยัด (ใช้ฟรีหรือราคาถูก) กับความสะดวกสบาย เป็นเหตุผลที่ผู้ตอบให้ความสำคัญมากที่สุด

ทฤษฎีสื่อแบบประชาธิปไตยและเน้นการมีส่วนร่วม (Democratic-participant Media Theory)

แนวคิดนี้เน้นเรื่องประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม [21] ให้ความสำคัญกับการสื่อสารในแนวนอนมากกว่าการสื่อสารจากบนลงล่าง โดยหลักการของแนวคิดนี้จะต่อต้านการผูกขาดกิจการสื่อ และการนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจมากเกินไป รวมทั้งปฏิเสธเรื่องการสื่อสารแบบรวมศูนย์ และได้เสนอเรื่องความหลากหลายในการสื่อสาร สิทธิที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สิทธิที่จะใช้ช่องทางการสื่อสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์ในชุมชน และกลุ่มวัฒนธรรมย่อยต่างๆ รวมถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นต้น บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของสื่อตามแนวคิดนี้ได้แก่

- พลเมืองทุกคนมีสิทธิที่จะเข้าถึงสื่อ และมีสิทธิที่จะใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
- องค์กรสื่อและเนื้อหาสื่อจะต้องไม่ถูกควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ
- ชุมชนสามารถเป็นเจ้าของสื่อได้เอง
- การสื่อสารนั้นมีความสำคัญเกินกว่าจะปล่อยให้อยู่ในเฉพาะแวดวงนักวิชาชีพสื่อมวลชนเท่านั้น

สื่อออนไลน์มีความเป็นประชาธิปไตยในตัวของมันเอง เพราะสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสรี เช่น Facebook เป็นทั้งพื้นที่ส่วนตัว และพื้นที่สาธารณะที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม แต่ก็ควบคุมได้ยาก เพราะไม่มีใครสามารถคุมสื่อออนไลน์ได้ แม้แต่รัฐบาลที่ทำได้เพียงการเปิดเว็บไซต์เท่านั้น โลกออนไลน์สัมพันธ์กับ โลกออฟไลน์ อย่างไร เราต้องรู้จักย่อยและสังเคราะห์ความรู้

การกำกับดูแลสื่อยุคพลวัต

การกำกับดูแลเนื้อหาในสื่อใหม่ กลายเป็นประเด็นทางนโยบายที่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสนใจ สื่อมวลชนส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยที่จะให้รัฐกำกับดูแลสื่อ แต่เห็นว่าควรมีการดูแลกำกับกันเอง และที่สำคัญสื่อ

ถูกกำกับโดยสังคมที่เป็นกลไกตลาด คือ ผู้บริโภคคืออยู่แล้ว ด้านผู้ผลิตเนื้อหาจะต้องมุ่งมั่นสร้างสรรค์เนื้อหาสาระใหม่ๆ ผู้ใช้บริการ โดยผลิตเนื้อหาสาระที่ดี มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของผู้ใช้ เพื่อให้ได้รับการตอบรับที่ดี ด้านภาคเอกชน จะต้องปรับกระบวนการคิดในการแสวงหาช่องทางทางการโฆษณาใหม่ๆ ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการแข่งขันต่ำ มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างถูก และยังเป็นช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้โดยตรง นอกจากนี้ ยังเป็นการช่วยสนับสนุนผู้ผลิตในด้านต้นทุนการผลิต เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถผลิตรายการที่ดี มีคุณภาพต่อไปได้ ด้านภาคประชาชน จะต้องเปิดใจรับเนื้อหาสาระแบบใหม่ ผ่านช่องทางการสื่อสารรูปแบบใหม่

เมื่อองค์ประกอบทุกส่วนที่กล่าวมาข้างต้นร่วมมือกัน และสามารถทำให้เกิดขึ้นได้จริง ประเทศไทยก็จะมีการเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น และประสบความสำเร็จไม่แพ้ต่างประเทศอย่างแน่นอน พิรงรอง รามสูตตระณะนันท์ และ นิธิมา คณานินันท์ [22] ศึกษาเรื่อง “การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต” เพื่อนำเสนอแนวคิด บทบาทขององค์กร ตลอดจนกระบวนการต่างๆ เกี่ยวกับการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ตในต่างประเทศและในประเทศไทย เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ปัญหา และนำเสนอแนวทางสำหรับผู้บริหารนโยบาย โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง การสำรวจความคิดเห็นเฉพาะกลุ่ม และการสำรวจเอกสาร พบว่า ประเทศต่างๆ เช่น สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ใช้กลไกการกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต ซึ่งประกอบด้วย กฎหมาย มาตรการ บทลงโทษ การปิดกั้นและการกีดกันกรองเนื้อหา กฎ กติกา มารยาท สายด่วน และการรู้เท่าทันสื่อ ผสมผสานกันในการกำกับดูแลในประเทศของตน ส่วนการกำกับดูแลอินเทอร์เน็ตอย่างเป็นทางการในประเทศไทย เป็นหน้าที่ของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในร่างกฎหมายของไทย ยังไม่มีกฎหมายใดควบคุมเนื้อหาอินเทอร์เน็ตโดยตรงออกมาบังคับใช้ จึงต้องอาศัยกฎหมายที่มีอยู่เดิมปรับใช้เป็นที่ไป ขณะเดียวกัน ภาคอุตสาหกรรมอินเทอร์เน็ตก็เริ่มพยายามกำกับดูแลตนเองมากขึ้นเรื่อยๆ ในภาคส่วนอื่นๆ ที่

เกี่ยวข้อง ทั้งภาคประชาสังคม องค์กรพัฒนาเอกชน เครือข่ายความร่วมมือของนักกิจกรรมและนักวิชาการ กลุ่มผู้ประกอบการ และเครือข่ายการศึกษา ต่างแสดงความห่วงใย ช่วยสร้างความตระหนักรู้ ความเข้าใจในความเสี่ยงจากเนื้อหาบนอินเทอร์เน็ต และส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณในการใช้อินเทอร์เน็ต ปัจจุบันมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะประเด็นที่ พ.ร.บ.ดังกล่าวถูกมองว่า อาจมีการละเมิดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น อันเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน

นโยบาย และกฎหมายที่เกี่ยวข้องสื่อยุคพลวัต

ประเทศไทยมีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อใหม่หลายด้าน ดังนี้

1.) **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554)** [23] มุ่งให้ คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา คำนึงถึงความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศที่สร้างความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ทั้งในด้านโอกาสและภัยคุกคาม

2.) **นโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศระยะ พ.ศ. 2544 – 2553** [24] เน้นถึงการประยุกต์ใช้ในสาขาหลักที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนาอย่างคำนึงถึงความสมดุลระหว่างภาคเศรษฐกิจและภาคสังคม นวัตกรรม ความรู้ การวิจัยและพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การพัฒนาคน และโครงสร้างพื้นฐานด้านโทรคมนาคม

3.) **แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2552 – 2556** ได้แก่

1. **รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550** [25] มาตรา 47 คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ ให้มี

องค์กรของรัฐที่เป็นอิสระองค์กรหนึ่งทำหน้าที่จัดสรรคลื่นความถี่ตามวรรคหนึ่ง และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ การดำเนินการตามวรรคสอง ต้องคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของประชาชนในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งในด้านการศึกษา วัฒนธรรม ความมั่นคงของรัฐ ประโยชน์สาธารณะอื่น และการแข่งขันโดยเสรีอย่างเป็นธรรม รวมทั้งต้องจัดให้ภาคประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการสื่อมวลชนสาธารณะ การกำกับการประกอบกิจการตามวรรคสอง ต้องมีมาตรการเพื่อป้องกันมิให้มีการครอบงวม การครอบงำสิทธิข้ามสื่อ หรือการครอบงำ ระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเองหรือโดยบุคคลอื่นใด ซึ่งจะมีผลเป็นการขัดขวางเสรีภาพในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร หรือปิดกั้นการได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายของประชาชน

2. พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2543 [26] มีเนื้อหาแบ่งเป็น 2 หมวดหลัก คือ หมวด 1 ว่าด้วยองค์กรด้านกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ หมวด 2 ว่าด้วยองค์กรด้านกิจการโทรคมนาคม นอกจากนั้น ยังมีบทบัญญัติเกี่ยวข้องกับการบริหารคลื่นความถี่ การติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการและการบริหารงานด้วย

3. พระราชบัญญัติการประกอบกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2544 [27] การอนุญาตประกอบกิจการโทรคมนาคม บทกำหนดโทษ การใช้และเชื่อมต่อโครงข่ายโทรคมนาคม มาตรฐานของโครงข่ายโทรคมนาคม และอุปกรณ์ สิทธิของผู้รับใบอนุญาต สิทธิของผู้ให้บริการ สัญญาให้บริการโทรคมนาคม ค่าธรรมเนียมและค่าบริการในกิจการโทรคมนาคม และการกำกับดูแล

4. พระราชบัญญัติธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 [28] มีความครอบคลุมปัญหาที่เกิดกับสื่อใหม่หลายประการ เช่น แบบนิติกรรม

สัญญา การลงลายมือชื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการปรับใช้ เป็นต้น

5. พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 [29] ระบบคอมพิวเตอร์ หมายความว่า “... อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ของคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมการทำงานเข้าด้วยกัน โดยได้มีการกำหนดคำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใด และแนวทางปฏิบัติงานให้อุปกรณ์หรือชุดอุปกรณ์ทำหน้าที่ประมวลผลข้อมูลโดยอัตโนมัติ...” ครอบคลุมถึงโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำงานผ่านระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหลายด้วย

รู้เท่าทันพลวัตของสื่อ

ประเทศไทยยังขาดการเรียนการสอนเพื่อให้อัจฉริยะและเข้าใจสื่อกับเด็กในระดับชั้นประถม หรือแม้แต่มัธยมศึกษา ทำให้เกิดปัญหาในการใช้สื่อผิดๆ กลายเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อปัญหาอื่นๆ อีกมากมาย ในปัจจุบันมีองค์กรภาคประชาสังคมหลายองค์กร เข้ามามีบทบาทในการสร้างความตระหนักรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต และสร้างการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต ตัวอย่างเช่น มูลนิธิอินเทอร์เน็ตร่วมพัฒนาไทย [30] ที่มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่องอินเทอร์เน็ต และสร้างการรู้เท่าทันสื่ออินเทอร์เน็ต โดยให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อ ส่งเสริมการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ และจัดอบรมให้ความรู้ในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

คำว่า “รู้เขา” หมายถึง การรู้จักสื่อ หรือการทำความเข้าใจสื่อ เช่น รู้จักสื่อแต่ละประเภท รู้จักธรรมชาติและคุณลักษณะพิเศษของสื่อ รู้กลยุทธ์การสื่อสารของสื่อ และรู้จักเนื้อหาสาระที่สื่อนำเสนอ

คำว่า “รู้เรา” หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องพิจารณาทำความเข้าใจกับตนเองว่า เราเป็นใคร สิ่งที่สื่อนำเสนอ นั้นเหมาะสมกับความเป็นเรามากน้อยเพียงใด อะไรควรเชื่อหรือไม่ควรเชื่อ

การรู้เขา รู้เรา เป็นการส่งเสริมให้เกิดความรู้เท่าทันสื่อ (Media

Literacy) และเพื่อเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ผู้บริโภคสื่อ ประเด็นปัญหาที่พบในสื่อใหม่ สื่อออนไลน์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่ไม่อาจแก้ได้ด้วย การปิดเว็บไซต์ เนื่องจากจะมีการเปิดใหม่อยู่ตลอดเวลา จึงควรมีการจัดสรรงบประมาณ เพื่อให้ดำเนินการรณรงค์เรื่องความรู้เท่าทันสื่อ โดยอาจดำเนินการใน 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) การบรรจุลงในหลักสูตรการเรียนการสอนทั้งระดับ ประถม มัธยม และอุดมศึกษา 2) การรณรงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจระดับกว้าง ในสังคม เพื่อให้มีทักษะการคิด และประสบการณ์เพียงพอที่จะแยกแยะโลกความเป็นจริงกับโลกในสื่อ

เราต้องรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น หากบุคคลใดขาดการรู้เท่าทันสื่อ ย่อมตกเป็นเหยื่อของข้อมูลข่าวสาร แม้ว่าสังคมไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างกว้างขวางผ่านสื่อและเทคโนโลยี มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายจากทั่วทุกมุมโลก แต่สังคมไทยขาดภูมิคุ้มกันจากการบริโภคสื่อ ผู้บริโภคต้องอาศัยทักษะในการเข้าถึง ทักษะการวิเคราะห์ ทักษะการประเมินเนื้อหาสาระ ทักษะการสร้างสรรค์ และทักษะการมีส่วนร่วม อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแวดล้อม

McLuhan (www.newmediainfluence.com) เชื่อว่า สื่อใหม่มักจะมีลักษณะเนื้อหาของสื่อเก่าอยู่เสมอ “The medium is the message” อย่างไรก็ตาม กระแสและอิทธิพลของสื่อเทคโนโลยียุคใหม่ที่มีพลวัตสูง ทำให้ประชาชนสามารถเป็นได้ทั้งผู้รับและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน และไม่อาจมีกลไกใดที่จะมาควบคุมปัจจัยด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบทางบรรณาธิการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อประกอบกับสภาวะความรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ต่ำของสังคมไทย ย่อมส่งผลกระทบต่อระเบียบสังคมในด้านการสื่อสาร การรับรู้ ความเชื่อและพฤติกรรมของประชาชนว่าจะ เป็นไปในทิศทางใด และอิทธิพลจากสื่อเทคโนโลยียุคใหม่ คือความท้าทายอีกเรื่องหนึ่งสำหรับสังคมไทย

แม้สังคมไทยจะมีสื่อหลากหลายรูปแบบเป็นจำนวนมาก แต่คนไทย

ยังใช้สื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความบันเทิงมากกว่าที่จะใช้เพื่อการเรียนรู้และการพัฒนาสติปัญญา ดังนั้น จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ย่อมสะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ของคนในสังคมที่ถูกครอบงำจากสื่อ หรือการไม่รู้เท่าทันสื่อนั่นเอง สื่อสังคมออนไลน์มีเสรีภาพสูงและยากแก่การปิดกั้น การนำเสนอข่าวสารมีทั้งสร้างสรรค์และทำลาย ดังนั้น จรรยาบรรณ และจริยธรรมคุณธรรม ในการใช้งาน จึงจำเป็นต้องได้รับการปลูกฝังแก่ผู้ใช้ทุกเพศ ทุกวัยอย่างกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะ

1.) การกำกับดูแลตนเอง (Self-regulation) เกี่ยวข้องกับการสร้างชุดบรรทัดฐานทางสังคมของวิชาชีพ เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์ร่วมกันซึ่งในส่วนของกฎกติกาเหล่านี้ อาจมีรูปแบบที่พัฒนาขึ้นมาร่วมกับภาครัฐ ผู้บริโภคหรือสมาคมวิชาชีพ และภาคส่วนที่มีความสนใจ ไม่ควรมอบภาระในการกำกับดูแลสื่อให้กับองค์กรวิชาชีพสื่อเพียงฝ่ายเดียว การกำกับดูแลสื่อ ควรมาจากความร่วมมือของทุกภาคส่วนในสังคม ควรเป็นความรับผิดชอบของทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการสื่อใหม่

2.) ภาคส่วนอื่นๆ จะต้องเข้ามาทำหน้าที่ในการตรวจทาน และถ่วงดุลการทำงานของสื่อ โดยเฉพาะปัญหาการใช้สิทธิเสรีภาพของสื่อที่ส่งผลให้เกิดการวิตรอนสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่ตกเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Audience) เพื่อสร้างแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ ตลอดจนตรวจสอบการทำงานของสื่อมวลชนให้เป็นไปตามจรรยาบรรณวิชาชีพ

3.) ประชาชนผู้บริโภคไม่ควรรับข่าวสารเพียงด้านเดียว จากสื่อใดเพียงสื่อเดียว ควรรู้เท่าทันสื่อ รู้ว่าสื่อไหนมีการกำหนดวาระข่าวสารอย่างไรบ้าง และควรเปิดรับข่าวสารจากหลายๆ สื่อ

4.) พื้นที่ของโลกไซเบอร์ในประเทศไทย อินเทอร์เน็ตอยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ.

2550 โดยกฎหมายนี้ก่อให้เกิดข้อถกเถียงอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะประเด็นของสิทธิเสรีภาพในโลกอินเทอร์เน็ต ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตหลายรายถูกจับกุม และมีเว็บไซต์จำนวนมากถูกปิด ภายใต้การบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ อย่างไรก็ตาม Social media ก็ควรเป็นสื่อที่ประชาชนจะสามารถบอกให้รัฐบาลทำในสิ่งที่ประชาชนต้องการได้

รายการอ้างอิง

[1] เข้าถึงได้จาก <http://www.dynamicmediainstitute.org> (สืบค้นข้อมูล : 1 ตุลาคม 2555)

[2] Jenkins, H.(2006) **Convergence Culture: Where Old and New Media Collide**. NY: New York University Press..

[3] เข้าถึงได้จาก <http://www.lms.lpru.ac.th> (สืบค้นข้อมูล : 4 ตุลาคม 2555)

[4] Sheila L. Croucher. (2004) **Globalization and Belonging: The Politics of Identity in a Changing World**. Rowman & Littlefield.

[5] ดูรายการอ้างอิง [4]

[6] Denis McQuail. (1992) **Media Performance: Mass Communication and the Public Interest**. Sage Publications Ltd.: London.

[7] เข้าถึงได้จาก <http://asia-internet-users-statistic-2008> (สืบค้นข้อมูล : 28 กันยายน 2555)

[8] เข้าถึงได้จาก <http://www.it24hrs.com> (สืบค้นข้อมูล : 24 กันยายน 2555)

[9] Manowich, L. (2003) **New Media from Barges to HTML in Wardrip-Fruin, N. & Montfort, N> (2003). The New Media Reade**. MA: MIT Press.

[10] เข้าถึงได้จาก <http://www.mediamonitor.in.th> (สืบค้นข้อมูล : 29 กันยายน 2555)

[11] หนังสือพิมพ์ **สยามรัฐ** วันศุกร์ 20 มกราคม 2555.

[12] Van Dijk. J.A.G.M. (2006) **The Deepening Divide Inequality in the Information Society**. Netherland: Sage.

[13] เข้าถึงได้จาก <http://www.newmedia.com> (สืบค้นข้อมูล :

1 ตุลาคม 2555)

[14] ธีรพัฒน์ อังศุชวาล (2555) **การกำกับสื่อใหม่: แนวทางและนโยบายของรัฐไทยในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

[15] อ่างใน เสาวณีย์ ศึกษานันติต (2540) **การเขียนสำหรับสื่อการสื่อสาร**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดวงกมล.

[16] ดวงพร ณ นคร (2542) **การใช้สื่อการสอน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

[17] เข้าถึงได้จาก <http://www.gotoknow.org> (สืบค้นข้อมูล : 2 ตุลาคม 2555)

[18] เข้าถึงได้จาก <http://www.thailandsusu.com> (สืบค้นข้อมูล : 21 กันยายน 2555)

[19] Severin, Werner J. and Tankard, James W. (2001) **Communication Theories: Origins, methods and uses in the mass media**. New York: Wesley Longman, Inc.

[20] McQuail, D. (2005) **McQuail's Mass Communication Theory (5th ed.)**. Oxford : The Alden Press.

[21] ดูรายการอ้างอิง [20]

[22] พิรงรอง รามสูต วัฒนันนทร์ และ นิธิมา คณานินธินันท์ (2548) “การกำกับดูแลเนื้อหาอินเทอร์เน็ต”. **จุฬาสัมพันธ์**. ปีที่ 48 ฉบับที่ 21.

[23] เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th> (สืบค้นข้อมูล : 27 กันยายน 2555)

[24] เข้าถึงได้จาก <http://www.nectec.or.th> (สืบค้นข้อมูล : 27 กันยายน 2555)

[25] เข้าถึงได้จาก <http://www.center.prd.go.th> (สืบค้นข้อมูล : 27 กันยายน 2555)

[26] เข้าถึงได้จาก <http://www.ict.or.th> (สืบค้นข้อมูล : 27 กันยายน 2555)

[27] เข้าถึงได้จาก <http://www.thailandlawyercenter.com> (สืบค้นข้อมูล : 27 กันยายน 2555)

[28] เข้าถึงได้จาก: <http://www.mict.go.th> (สืบค้นข้อมูล : 27 กันยายน 2555)

[29] ดูรายการอ้างอิง [28]

[30] ดูรายการอ้างอิง [24]