

“สื่อดิจิทัล” ความท้าทายต่อบทบาท
การเป็นพื้นที่สาธารณะทางการเมือง
“Digital Media” Challenges towards the Role
of the Political Public Sphere

ชนิดา รอดหยู¹
Chanida Rodyoo¹



¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช 80280

¹ Faculty of Management Sciences, Nakhon Sri Thammarat Rajabhat University, Nakhon Sri Thammarat Rajabhat Province 80280, Thailand

(Received: August 9, 2022; Revised: January 31, 2023; Accepted: February 15, 2023)

บทคัดย่อ

สื่อมวลชนเป็นพื้นที่สาธารณะรูปแบบหนึ่งที่ถูกคาดหวังให้เป็นปริณทลที่เป็นอิสระ ปราศจากการครอบงำจากอำนาจรัฐ และทุน ตลอดจนเป็นพื้นที่ให้ประชาชนสามารถแลกเปลี่ยนถกเถียงประเด็นสาธารณะอย่างมีเหตุผลตามเจตนารมณ์ของระบอบประชาธิปไตย ซึ่งสื่อมวลชนแต่ละประเภทได้แสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะที่แตกต่างกันตามธรรมชาติของสื่อและบริบทของสังคมในแต่ละช่วงเวลา ขณะที่ปัจจุบันประชาชนผู้รับสารนิยมบริโภคข้อมูลข่าวสารบนสื่อดิจิทัลมากขึ้น โดยสื่อดิจิทัลได้สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับกระบวนการสื่อสารมวลชนในทุก ๆ ด้าน รวมถึงการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้ใช้สื่อด้วย ซึ่งสะท้อนบทบาทของพื้นที่สาธารณะของสื่อประเภทนี้ได้เป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้อีกด้านหนึ่งของเทคโนโลยีก็นำผลกระทบมาสู่สังคมด้วยเช่นเดียวกัน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นถึงพัฒนาการที่เกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยผู้เขียนได้ศึกษาการแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะของสื่อดิจิทัลทางการเมือง ที่แตกต่างไปจากการทำหน้าที่ของสื่อดั้งเดิม ด้วยธรรมชาติของสื่อที่มีความทันสมัย รวดเร็ว และกว้างไกลขึ้น ตลอดจนผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสังคม ทั้งในกรณีของข่าวปลอม (fake news) ปรางกูรณ์ห้องแห่งเสียงสะท้อน (echo chamber) และฟองสบู่ตัวกรอง (filter bubble) ที่ทำให้การแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะด้านการเมืองของสื่อดิจิทัลในปัจจุบันยังเป็นความท้าทายทั้งต่อผู้ใช้สื่อ ผู้ผลิตเนื้อหา และการกำกับดูแลสื่อ

คำสำคัญ: สื่อดิจิทัล พื้นที่สาธารณะ ข่าวปลอม ห้องแห่งเสียงสะท้อน ฟองสบู่ตัวกรอง

Abstract

Mass media is a form of the public sphere which is expected by society to be an independent space, free from the domination of state power and capital, as well as providing an area for people to discuss public issues rationally and encourage social changes according to democracy. The emergence of mass media from the past to the present encourages each type of media play its different role in the public sphere due to media natures and social contexts in each period. Nowadays, digital media or the Internet has played an increasingly important role in the society. People or receivers are also increasingly consuming the information through this type of media. Digital media has transformed every aspect of the journalism paradigm, including media users' communication and political participation. This issue is a good reflection of the role of the public sphere in this type of media. However, the advancement in technology presents not only the benefits. On the other hand, the technology has also brought impacts on society. The purpose of this article is to point out the development of the public sphere from the past to the present. The author studied the role of digital media in the public sphere and the impact on society and found that there were cases of fake news, echo chambers, and filter bubbles. As a result, the role the digital media has played remains a challenge for media users, content producers and media supervisors as well.

Keywords: Digital media, Public sphere, Fake news, Echo chamber, Filter bubble

บทนำ

เจอร์เก็น ฮาเบอร์มาส (Jergen Habermas) นักวิชาการชาวเยอรมันรุ่นที่ 3 ของสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (Frankfurt School) หรือกลุ่มทฤษฎีวิพากษ์ (Critical Theory) ได้ศึกษาแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 โดยฮาเบอร์มาส เสนอว่า “พื้นที่สาธารณะ” หมายถึง พื้นที่ที่อยู่กึ่งกลางหรือเชื่อมต่อยกยหว่างรัฐ (Political Society) และประชาสังคม (Civil Society) ซึ่งเป็นพื้นที่ทางสังคมที่กลไกการทำงานที่แตกต่างกันตามทัศนะของกรีมซี แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะตามทัศนะของฮาเบอร์มาสจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสำนึกความเป็นส่วนรวม (Sense of Public) ของสังคม และเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมแต่ละสมัย ดังนั้นพื้นที่สาธารณะในมุมมองของฮาเบอร์มาส จึงประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญดังนี้ [1]

1) เป็นพื้นที่ที่มีการรวมตัวกันของกลุ่มปัจเจกชนบนพื้นฐานความสมัครใจ ที่เข้ามาพูดคุยอภิปรายถกเถียงในประเด็นที่เป็นเรื่องของส่วนรวม และมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์ของสาธารณะมิใช่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว

2) เป็นพื้นที่ที่เป็นอิสระจากอำนาจต่าง ๆ ในสังคม เช่น อำนาจอรัฐ อำนาจศาสนจักร (ในศตวรรษที่ 17) หรืออำนาจเศรษฐกิจ (ในศตวรรษที่ 20)

3) ต้องมีการไหลเวียนของการใช้เหตุผล (Rationality) อย่างเป็นอิสระ ไม่มีใครมีอิทธิพลด้วยเกณฑ์ต่าง ๆ (ชาติกำเนิด ยศถาบรรดาศักดิ์) เหนือใคร

4) สถาบันสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่หล่อเลี้ยงให้การพูดคุยอภิปรายดังกล่าวเป็นไปได้ เพราะเนื้อหาในสื่อมวลชนเหล่านี้เป็นเรื่องราวของสาธารณะอยู่แล้ว และเป็นข้อมูลข่าวสารสำหรับการใช้ได้เถียงอย่างใช้เหตุใช้ผล

5) ผลจากการพูดคุยนั้นจะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางอย่างตามมา มิใช่การพูดคุยเพียงเพื่อ ‘สำเร็จความใคร่ทางปัญญา’ เท่านั้น ดังนั้นจึงต้องมีการลงมือกระทำการบางอย่างต่อเนื่องติดตามมา เช่น การรวบรวมข้อคิดเห็นเสนอแนะให้ผู้มีอำนาจพิจารณา การทำจดหมายเปิดผนึก เป็นต้น

ทั้งนี้ฮาเบอร์มาสนิยามพื้นที่สาธารณะไว้ใน 2 ลักษณะ คือ 1) พื้นที่ในเชิงรูปธรรม หรือพื้นที่ทางกายภาพ ซึ่งเป็นสถานที่ที่พบปะพูดคุยของคนในชุมชน สามารถสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตา (Face to Face Communication) กันได้ เช่น สวนสาธารณะ ร้านค้า ร้านกาแฟ หรือร้านตัดผม เป็นต้น ซึ่งสถานที่ดังกล่าวจะเปิดโอกาสให้ผู้คนสามารถมาพบปะและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับเหตุการณ์บ้านเมืองในช่วงเวลานั้น ๆ และ 2) พื้นที่ในเชิงนามธรรม ซึ่งหมายถึง เวทีทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจของคนกลุ่มต่าง ๆ ที่รวมถึงพื้นที่ทางสื่อมวลชนด้วย เช่น หนังสือพิมพ์ โปสเตอร์ และใบปลิว เป็นต้น โดยเป็นพื้นที่ของข้อมูลข่าวสาร ทัศนคติ และข้อถกเถียงในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ อย่างไรก็ตามฮาเบอร์มาสให้ความสำคัญกับพื้นที่ทั้ง 2 ลักษณะ ในบทบาทการเป็นเวทีที่เกี่ยวข้องกับสำนึกความเป็นส่วนรวม (Sense of Public) ของสังคมมากที่สุด เวทีทางการเมืองจึงเป็นพื้นที่สาธารณะที่สำคัญมากสำหรับการสร้างสำนึกร่วมทางสังคม เพราะเกี่ยวข้องกับสมาชิกในสังคมทุกคน อย่างไรก็ตามพื้นที่สาธารณะก็มีความเปลี่ยนแปลงมาตลอดด้วยปัจจัยด้านอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ ที่คนในสังคมใช้เพื่อการต่อสู้ต่อรองกันระหว่างชนชั้นบทบาทความเป็นพื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนนั้นมีความชัดเจนขึ้นตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมา เนื่องจากเป็นยุคที่หนังสือพิมพ์กำลังเฟื่องฟู และถูกใช้เป็นศูนย์กลางในการพูดคุย ถกเถียงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ของบ้านเมือง ยุคสมัยนี้จึงเห็นการต่อสู้เพื่อช่วงชิงพื้นที่สาธารณะของคนต่างชนชั้นได้ชัดเจนขึ้น อย่างไรก็ตามประมาณศตวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นยุคเฟื่องฟูของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ บริบทของ

พื้นที่สาธารณะตามความหมายของฮาเบอร์มาสถูกตั้งคำถามและวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นการประกอบธุรกิจในลักษณะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม เช่น อุตสาหกรรมเพลง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ และทำให้ผู้รับสารอยู่ในฐานะ “มวลชน” (Mass) คือเป็นชนกลุ่มใหญ่ ที่ในแง่ของการส่งสารจำเป็นต้องทำให้ง่ายเพื่อให้เข้าถึงทุกคนได้ ส่วนในแง่คุณภาพ มวลชนจะมีลักษณะแตกแยก (Atomized) ต่างคนต่างอยู่ไม่รู้จักกัน (Isolate) แบบลักษณะของคนในเมืองใหญ่ และในฐานะ “ผู้บริโภค” (Consumer) หรือเป้าหมายของการโฆษณาเพื่อสร้างรายได้ให้กับองค์กรสื่อ มากกว่าเป็น “พลเมือง” (Citizen) ซึ่งมีความสำคัญต่อการปกครองระบอบประชาธิปไตย [2]

สื่อวิทยุและโทรทัศน์ที่เป็นศูนย์กลางการสื่อสารของสังคมในขณะนั้น จึงทำให้พื้นที่สาธารณะกลายเป็นเขตปลอดภัยเมือง เพราะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อตอบสนองความบันเทิง และวัฒนธรรมการบริโภค ขณะที่ในแง่ของการนำเสนอข่าวสารสื่อวิทยุโทรทัศน์ รวมถึงหนังสือพิมพ์ ก็ต้องดำเนินการภายใต้การควบคุมของรัฐและความเป็นเจ้าของสื่อ จึงถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเป็นกลางในการทำหน้าที่อยู่เสมอ และภายใต้เงื่อนไขนี้เองที่ทำให้พื้นที่ในสื่อกระแสหลักสามารถเข้าถึงได้เฉพาะคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ขาดความหลากหลายทั้งในแง่ของความคิดและกลุ่มคนในสังคมภายใต้การปกครองระบอบประชาธิปไตย อีกทั้งสื่อวิทยุโทรทัศน์ทำให้ลักษณะการเสพสื่อมีความเป็นปัจเจก (Individual) คือรับสื่อในบ้านใครบ้านมัน หรือเครื่องใครเครื่องมันนั่นเอง ขัดแย้งกับบทบาทพื้นที่สาธารณะ โดยเฉพาะประเด็นสำคัญที่เป็นหัวใจของพื้นที่สาธารณะ คือ ลักษณะการสร้างสำนึกร่วม (Sense of Public) นั้นแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย อย่างไรก็ตามเมื่อพัฒนาการด้านเทคโนโลยีได้ทำให้เกิดสื่อประเภทดิจิทัลขึ้น ก็ได้สร้างความคาดหวังให้กับสังคมต่อการแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะ อันจะส่งเสริมให้เกิดสังคมประชาธิปไตยได้มากขึ้น

บทบาทพื้นที่สาธารณะของสื่อดิจิทัล

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมา เมื่อสื่อใหม่หรืออินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในสังคม พื้นที่สาธารณะที่สื่อกระแสหลักแสดงบทบาทเป็นศูนย์กลางการสื่อสารอยู่นั้นก็ถูกท้าทายอย่างมาก จากคุณลักษณะของสื่อใหม่ ทั้งการเชื่อมต่อข้อมูล (Hypertext) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) การผลิตสื่อมัลติมีเดีย (Multimedia) โดยเฉพาะในแง่ของการทำให้เกิดการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) (ผ่านอุปกรณ์คอมพิวเตอร์) และมีลักษณะเป็นการสื่อสารสองทาง (Two Way Communication) เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้อย่างมากขึ้น ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้ชม ผู้อ่านหรือผู้ฟังเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผู้ร่วมในการผลิตเนื้อหา (Co-Creator) หรือเป็นผู้สร้างและสื่อสารเนื้อหาด้วยตนเอง (User-Generated Content) ทำให้ประเด็นบางประเด็นถูกให้ความสำคัญในสื่อ เนื่องจากได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มผู้อ่าน อีกทั้งยังเป็นอิสระไม่ถูกควบคุมเบ็ดเสร็จจากอำนาจรัฐและทุน ทำให้เกิดเวทีของภาคพลเมือง (Citizen) ในการต่อรองอำนาจกับชนชั้นปกครอง ซึ่งเห็นได้จากตัวอย่างการต่อสู้กับอำนาจรัฐผ่านการสื่อสารและรวมตัวกันของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่เกิดขึ้นทั่วโลก ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้ อัลวิน ท็อฟเฟอร์ (Alvin Toffler) นักอนาคตวิทยาได้คาดการณ์ไว้ว่าสื่อใหม่จะเสริมให้เกิดประชาธิปไตยทางตรง (Direct Democracy) กล่าวคือ การแสดงความคิดเห็นของประชาชนโดยไม่จำเป็นต้องผ่านระบบตัวแทน ซึ่งค่อนข้างมีปัญหาในปัจจุบัน [3] จากคำทำนายของท็อฟเฟอร์ สื่อดิจิทัลจึงเป็นเสมือนความคาดหวังครั้งใหม่ของสังคม ในการแก้ปัญหาประชาธิปไตยที่ไม่เต็มใบหรือไม่มีเสถียรภาพ ทำให้เรื่องการเมืองไม่เป็นเรื่องไกลตัวเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งเห็นได้จากการที่คนรุ่นใหม่ให้

ความสนใจและมีส่วนร่วมต่อการเมืองผ่านสื่อสังคม (Social Media) นำปริมณฑลทางการเมืองเข้ามาสู่ปริมณฑลของชีวิตประจำวันประชาชนได้มากขึ้น แต่ขณะเดียวกันเมื่อเทคโนโลยีพัฒนาไปอย่างก้าวกระโดดความก้าวหน้าที่นำความสะดวกสบายและตอบสนองการใช้ชีวิตในปัจจุบันในมิติต่าง ๆ ได้อย่างดี ก็ส่งผลกระทบต่อสังคมจากช่องว่างของกฎหมายหรือการกำกับดูแลที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีนั้น

เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลรูปแบบหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากผู้ใช้สื่อจำนวนมากในปัจจุบันคือ “สื่อสังคม” ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ที่ปรากฏขึ้นบนอินเทอร์เน็ตหรือเรียกกันว่าชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้คนสามารถทำความรู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน และเชื่อมโยงกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง โดยมีการขยายตัวผ่านช่องทางการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ โลกออนไลน์และอินสตาแกรม เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันผู้ใช้สื่อนิยมใช้สื่อสังคมผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนออนไลน์สามารถเกิดขึ้นได้อย่างสะดวกทุกที่ทุกเวลา ไม่ว่าผู้ใช้สื่อจะอยู่ที่ไหน ลักษณะดังกล่าวส่งผลให้ผู้ผลิตเนื้อหาหันมาให้ความสนใจสื่อสารเนื้อหาทั้งทางธุรกิจ บันเทิง และการเมืองผ่านช่องทางสื่อสังคมมากขึ้น เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้สื่อที่เปลี่ยนไป และเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจสื่อตนเอง

สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมได้เปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานสามารถแสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้อย่างอิสระ และสร้างการมีส่วนร่วมจากคนกลุ่มวัยต่าง ๆ ได้มากขึ้น ดังผลการศึกษาเรื่องสื่อออนไลน์กับการสื่อสารทางการเมืองพบว่า ในช่วงศตวรรษที่ 18 พื้นที่การสนทนาทางการเมืองส่วนใหญ่จะเป็นที่ร้านอาหาร และร้านทำผม ในช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นพื้นที่บนสื่อสิ่งพิมพ์ และหนังสือพิมพ์ก็เป็นสื่อยอดนิยม ศตวรรษที่ 20 เป็นสื่อโทรทัศน์ และการสำรวจความคิดเห็น (Poll) จากสำนักต่าง ๆ ขณะที่ในศตวรรษที่ 21 สื่ออินเทอร์เน็ตกลายเป็นสื่อที่สร้างพื้นที่สาธารณะทางการเมืองได้มากที่สุด ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ารูปแบบการสื่อสารทางการเมืองได้พัฒนาไปตามความทันสมัยของเทคโนโลยีและการเข้าถึงสื่อของประชาชนนั่นเอง [4]

นักวิชาการด้านการเมืองการปกครองให้ความสำคัญและศึกษาบทบาททางการเมืองของสื่อดิจิทัลมาระยะหนึ่งแล้ว ตัวอย่างเช่น Huckfeldt และ Sprague (1987) ได้ทำการสำรวจและวิเคราะห์พฤติกรรมทางการเมืองของพลเมืองในรัฐอินเดียนา ประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความมุ่งมั่นในการหาข้อมูลทางการเมืองผ่านเครือข่ายสื่อสังคมจากเพื่อน สมาชิกในครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน และในการสำรวจ exit poll ของรัฐแคลิฟอร์เนียในปี 1988 พบว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งมักจะพูดคุยปรึกษาแนวโน้มการลงคะแนนของตนเองกับเพื่อนและเพื่อนร่วมงานเพื่อทำความเข้าใจประเด็นทางการเมืองมากกว่าจะรวบรวมข้อมูลและตัดสินใจด้วยตนเอง [5]

นอกจากนี้สำหรับสังคมไทยก็มีการศึกษาในประเด็นดังกล่าวเช่นเดียวกัน เช่น การศึกษาเรื่องการสื่อสารประเด็นสาธารณะของสังคมไทยผ่านนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ เว็บไซต์ Change.org ซึ่งผู้วิจัยสนใจวิเคราะห์การขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ที่มีเว็บไซต์ Change.org เป็นสื่อหลัก และมีสื่อสังคมอื่น ๆ เช่น เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์เป็นสื่อเสริมในบทบาทการทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะของสังคมไทยในปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารประเด็นสาธารณะผ่านเว็บไซต์ Change.org สะท้อนประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมของสังคมไทย โดยเว็บไซต์ Change.org ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการสื่อสารประเด็นสาธารณะจากลักษณะ top-down เป็น bottom-up ซึ่งเป็นการเคลื่อนไหวที่เริ่มจากภาคประชาชนในโลก

ออนไลน์ หรือที่เรียกว่า “พลเมืองเน็ต” และ การมีส่วนร่วมกับภาคพลเมืองของเว็บไซต์ Change.org คือ การเปิด “พื้นที่สาธารณะ” (Public Sphere) ตามแนวคิดของฮาร์เบอร์เบอร์มาส โดยสร้างการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร การแสดงความคิดเห็นที่เกิดขึ้นระหว่างผู้สร้างแคมเปญ และผู้ร่วมสนับสนุนด้วย [6] จะเห็นได้ว่างานวิจัยนี้สะท้อนบทบาทพื้นที่สาธารณะของสื่อดิจิทัลได้อย่างชัดเจนทั้งในมิติของปัญหาที่เป็นประเด็นสาธารณะ การเปิดพื้นที่ให้มีการถกเถียงแลกเปลี่ยนกันของผู้ใช้สื่อในฐานะพลเมือง ตลอดจนนำไปสู่การแก้ปัญหาที่เป็นรูปธรรมโดยการร่วมลงชื่อของประชาชนบนเว็บไซต์ Change.org เพื่อเรียกร้องและสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง

ปัจจุบันการใช้สื่อสังคมเพื่อสื่อสารทางการเมือง ได้รับความนิยมมากขึ้นทั้งจากผู้สร้างและผู้ใช้สื่อ โดยผลการศึกษาของ Pattanasrivichian [7] ระบุว่า ข้อได้เปรียบสำคัญของการใช้สื่อสังคมทางการเมือง คือ สามารถสื่อสารแบบเฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในยุคก่อนหน้านี้ที่ยังใช้สื่อเก่าหรือสื่อกระแสหลักนั้นทำได้ เนื่องจากธรรมชาติของสื่อเก่าเองที่ผลิตเนื้อหาเพื่อตอบสนองคนจำนวนมาก (Mass) โดยไม่ได้คำนึงถึงความแตกต่างในด้านต่าง ๆ รวมถึงทัศนคติทางการเมือง ขณะที่สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมมีโปรแกรมที่สามารถวิเคราะห์กลุ่มผู้ใช้สื่อ จากพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคม และสามารถเลือกนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่า แต่อย่างไรก็ตามความสามารถดังกล่าวของสื่อสังคมนั้นก็เป็นช่องทางให้เกิดการเผยแพร่ข่าวปลอม (Fake News) หรือข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ มีผลประโยชน์ทางการเมืองแอบแฝงอยู่และกระจายไปในสังคมอย่างรวดเร็ว

ผลกระทบที่เกิดจากการแสดงบทบาททางการเมืองของสื่อดิจิทัล

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าแม้ด้านหนึ่งเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลจะนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในระบอบประชาธิปไตยได้มากขึ้น และยังแสดงถึงบทบาทพื้นที่สาธารณะได้มากกว่าสื่อกระแสหลักอย่างวิทยุ และโทรทัศน์ แต่อย่างไรก็ตามความทันสมัยของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วก็ทำให้เกิดช่องโหว่ด้านการกำกับดูแลสื่อให้ทำหน้าที่ตามหลักจริยธรรมจรรยาบรรณ และกฎหมายที่คุ้มครองคุ้มครองไม่ให้สื่อละเมิดสิทธิเสรีภาพของประชาชน และนำเสนอข้อมูลที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อปัจเจกบุคคลและสาธารณะได้ ซึ่งปัญหาดังกล่าวได้ทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเห็นได้จากปรากฏการณ์ของการแพร่กระจายข่าวปลอม (Fake News) ที่สร้างความตื่นตระหนก และการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นอิสระ นำไปสู่การแสดงความคิดเห็นทางการเมืองอย่างสุดโต่ง และสร้างความเกลียดชังให้เกิดขึ้นในสังคม

ขณะที่ความรุนแรงของข่าวปลอมทางการเมือง (Political Fake News) ไม่ได้ส่งผลกระทบแค่การเกิดความเข้าใจผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนของผู้ใช้สื่อเท่านั้น แต่พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมจะถูกประมวลผลและเก็บข้อมูลโดยระบบอัลกอริทึม แล้วเลือกสรรเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับความสนใจเดิมที่ผู้ใช้สื่อเคยมีประสบการณ์คลิก แชร์ โลก หรือคอมเมนต์ไป จนทำให้หน้านิวส์ฟีด (News Feed) ของผู้ใช้สื่อสังคมจะแสดงเฉพาะเพจการเมืองที่มีความสอดคล้องกับความสนใจ และความคิดเห็นของตน นักวิชาการให้ความสนใจและศึกษาปรากฏการณ์ดังกล่าว และระบุว่าผลกระทบจากการทำงานของระบบอัลกอริทึมนี้ทำให้เกิดพฤติกรรมเสกสื่อด้านเดียว ผู้ใช้สื่อจะตกอยู่ในภาวะของ “ห้องแห่งเสียงสะท้อน” หรือ “Echo Chamber” ห้องแห่งเสียงสะท้อน หมายถึง ภาวะที่ผู้ใช้สื่อกับเทคโนโลยีทำการกลั่นกรองเนื้อหาที่เปิดรับ ตลอดจนประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องให้อยู่ในวงล้อมของคนที่มีคิดเหมือนกัน นำไปสู่การตอกย้ำของความคิด ตลอดจนอคติใด ๆ ที่มีร่วมกับ

คนในกลุ่ม การสร้างกลุ่มแบ่งขั้วที่สามารถพัฒนาไปสู่พฤติกรรมสุดโต่ง จนถึงการแตกแยกของคนในสังคม โดยระบบอัลกอริทึมจะกลั่นกรองและคัดเลือกเนื้อหาให้โดยการคำนวณจากข้อมูลส่วนบุคคล แบบแผนการใช้งาน และการเชื่อมโยงจากลักษณะร่วมระหว่างผู้ใช้ในเครือข่าย ด้วยเหตุนี้สิ่งที่จะได้พบเห็นบนนิวส์ฟีดก็คือสิ่งที่คัดสรรแล้วว่าน่าจะถูกจริตของผู้ใช้ เรื่องทั่วไปที่อาจจะมิประโยชน์แต่ไม่เข้าข่ายตามอัลกอริทึมกำหนดจะไม่มีทางปรากฏต่อสายตาของผู้ใช้คนหนึ่ง ๆ [8]

นอกจากนี้ผู้ใช้เองก็มีพฤติกรรมการใช้งานสื่อสังคมที่เอื้อให้ห้องแห่งเสียงสะท้อนมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการเลือกฟังก์ชันการใช้งานต่าง ๆ ของสื่อสังคม เช่น ในเฟซบุ๊ก จะมีฟีเจอร์การ follow/unfollow (ติดตาม/เลิกติดตาม) unfriend (เลิกเป็นเพื่อน) การ block (ปิดกั้น) การ hide (ซ่อนเนื้อหา) รวมถึงการกดรายงาน (Report) เนื้อหาที่อยู่ชั่วตรงข้ามกับความคิดตนเอง เป็นต้น การเลือกใช้งานฟีเจอร์ต่าง ๆ เหล่านี้จะถูกระบบอัลกอริทึมจดจำ ประมวลผลเพื่อคัดสรรข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความคิด ความเชื่อและอุดมการณ์ รวมถึงอคติทางการเมืองของผู้ใช้สื่อให้มาแสดงผลบนนิวส์ฟีด จึงทำให้ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้สื่อสังคมมองเห็นเป็นข้อมูลที่มีทิศทางเดียวกับความคิดของตน จึงพร้อมที่จะกระโจนเข้าหาข้อมูลที่ผ่านการคัดกรองนั้นโดยไม่ได้รู้ตัว ซึ่งนักวิชาการเรียกปรากฏการณ์ดังกล่าวว่า “ฟองสบู่ตัวกรอง” หรือ “filter bubble” ดังภาพต่อไปนี้



Figure 1 Echo Chamber and Filter Bubble Phenomenon

Source: Eli Pariser TED Talk: Beware Online Filter Bubbles

การทำงานของระบบอัลกอริทึมในสื่อสังคมลักษณะดังกล่าว อีไล พาไลเซอร์ (Eli Pariser) ได้กล่าวไว้ใน TEDTalk [8] ว่าเป็นเสมือนอคติของคอมพิวเตอร์ทำงานให้สอดคล้องกับอคติของมนุษย์ ซึ่งทำให้เราได้รับข่าวสารที่เราไม่ได้เลือกโดยตรง แต่มาจากการกลั่นกรองสิ่งที่เราสนใจ และมีแนวโน้มที่จะสนับสนุนความคิดเห็นของเรา ข้อมูลข่าวสารจำนวนมากจากโลกออนไลน์ ถูกคัดสรรมาเพื่อให้สะท้อนมุมมองเพียงด้านเดียวที่ผลักดันให้เกิดความเห็นที่ สุดโต่งในสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ จนความขัดแย้งโดยเฉพาะด้านการเมืองที่ดูเหมือนว่า จะไม่มีพื้นที่สำหรับการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลายตามอุดมการณ์ประชาธิปไตยอีกต่อไป

สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการเมืองใหม่ที่แตกต่างจากประชาธิปไตยดั้งเดิมที่เรารู้จัก เราไม่ได้ต้องการพึ่งข้อเท็จจริงที่รับรู้ร่วมกันเพื่อช่วยกันตัดสินใจในระบอบประชาธิปไตย แต่เรามีความจริงของพวกเราเอง เพราะเราอยู่ในโลกของเรา ความจริงของเราคือของเรา ไม่ใช่ของคนอื่น และเราก็ไม่ปรารถนาจะรู้จักโลกของคนอื่นด้วย เราเสฟสื่อที่เราอยากเสฟ แม้สิ่งที่อ่าน ภาพที่เห็น จะเต็มไปด้วยความกระด้างหยาบคาย เราก็จะพยายามแก้ต่างให้จนในที่สุดเหมือนกับเราสะกดจิตตัวเองที่บางคนเรียกว่า “autopropaganda” ซึ่งเสี่ยงต่อการหลงใหลในอาณาจักรที่มีดมน [9-10]

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่สนับสนุนว่า ปราบปรามการรณรงค์ห้องแห่งเสียงสะท้อน และฟองสบู่ตัวกรองบนสื่อสังคมมีอิทธิพลต่อความขัดแย้งทางการเมือง เช่น จากการศึกษาของ Flaxman และคณะพบว่า สื่อสังคมมีความเกี่ยวข้องกับการแบ่งขั้วทางการเมืองระหว่างผู้ใช้เพิ่มขึ้น รวมถึงการแสวงหาและรับความคิดเห็นทางการเมืองที่แตกต่างน้อยลง และงานของ Barbera และคณะ แสดงหลักฐานว่าห้องแห่งเสียงสะท้อนมีความเชื่อมโยงกับปัญหาทางการเมืองบนทวิตเตอร์ [11] ซึ่งสถานการณ์ทางการเมืองระดับโลกที่ถูกวิเคราะห์ว่าเป็นผลมาจากปราบปรามการรณรงค์ห้องแห่งเสียงสะท้อนและฟองสบู่ตัวกรอง คือการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2016 และการถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร หรือ Brexit จากการศึกษาของ Figueira และ Oliveira [12] พบว่า ในช่วงการหาเสียงเลือกตั้ง มีการสร้างข่าวปลอมเพื่อสนับสนุนทรัมป์อย่างเป็นขบวนการมากกว่า 100 ข่าว ซึ่งข่าวปลอมนั้นสามารถขยายตัวไปในวงกว้างอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้ใช้สื่อพร้อมที่จะเปิดรับข้อมูลที่สอดคล้องกับความเชื่อและอคติทางการเมือง และเผยแพร่หรือแชร์ต่อไปในกลุ่มคนที่มีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกัน ฟองสบู่ตัวกรองได้ทำหน้าที่พุ่มพักและแพร่กระจายข่าวปลอมออกไปตามเครือข่ายต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ และดึงดูดให้ผู้ใช้สื่อที่คิดและเชื่อเหมือนกันเข้าสู่ห้องแห่งเสียงสะท้อนที่ขยายตัวเป็นชุมชนขนาดใหญ่

ขณะที่มีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้โดนัลด์ ทรัมป์ ชนะการเลือกตั้งว่าเป็นผลจากการที่เขาใช้สื่อสังคม ซึ่งเขามีผู้ติดตาม (Followers) มากกว่าคู่แข่งคือ ฮิลลารี คลินตัน เขาพึ่งพาสื่อสังคมมากกว่าสื่อกระแสหลักเพื่อส่งสารไปหาผู้ติดตาม ซึ่งสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีสิทธิเลือกตั้งโดยตรงได้มากกว่า คลินตัน ซึ่งหนึ่งในข้อความที่ได้รับการส่งต่อมากที่สุดระหว่างการเลือกตั้งคือ “Why I’m Voting For Donald Trump,” เช่นเดียวกับสถานการณ์ Brexit ที่มีการแชร์ข้อความ “Leave” ซึ่งทำให้การรณรงค์ของฝ่ายสนับสนุนมีผู้ติดตามและสร้างการมีส่วนร่วมบนสื่อสังคมประสบความสำเร็จ และทำให้แฮชแท็กข้อความแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง แม้ว่าผลของทั้งสองสถานการณ์จะค่อนข้างค้านสายตาชาวโลก แต่ผลการวิจัยจาก University of Southern California, Oxford University, University of Washington และ Corvinus University of Budapest สามารถยืนยันได้ว่าผลของการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐฯ และ Brexit เกิดจาก AI ที่ควบคุมบอตให้ปั่นเนื้อหาเชียร์ทรัมป์ และหนึ่งในสามของข้อความที่ทวิตเตอร์ทรัมป์นั้นเป็นฝีมือของบอต ซึ่งทำให้ผู้สนับสนุน (Supporters) ทรัมป์ในสื่อสังคมมีมากกว่าความเป็นจริง ซึ่งรูปแบบบอตโน้มนำเกิดขึ้นในสถานการณ์ Brexit ที่มีการปั่นทวิตสนับสนุนให้อังกฤษออก (Leave) จากสหภาพยุโรปมากกว่าการทวิตที่สนับสนุนให้อยู่ (Stay) [13]

Sudbanthad [9] วิเคราะห์ว่า การสื่อสารการเมืองยุคดิจิทัลอาจมีจุดเริ่มต้นจากคนต้นคิด หรือผู้นำกระแสปลุกเร้า (Instigators) ที่โดดเด่นในด้านอุดมการณ์หรือแนวคิดคนเดียวหรือหลายคน มีกลุ่มผู้มีอิทธิพลทางความเห็น (influencers) คอยจุดประเด็นและกอบโกยผู้ติดตาม (Follower) มีการโฆษณาชวนเชื่อผ่าน

สื่อสังคมด้วยชาวลวง ชาวจริงบ้างไม่จริงบ้าง แต่ต้องพร้อมต่อการดึงออกเพราะสามารถตรวจสอบได้ง่าย สารที่สร้างขึ้นจะไหลไปในเครือข่ายออนไลน์อย่างรวดเร็ว โดยมีผู้สนับสนุน (Supporters) จำนวนมากคอยเสริม เน้นย้ำ และส่งต่อ

จะเห็นได้ว่าปรากฏการณ์ที่เป็นผลกระทบที่เกิดจากการแสดงบทบาททางการเมืองของสื่อดิจิทัลนั้น สามารถบั่นทอนความเชื่อมั่นในการทำหน้าที่พื้นที่สาธารณะของสื่อประเภทนี้ลงไปมาก เพราะนอกจากที่สื่อดิจิทัลและสื่อสังคมจะสร้างความสับสนวุ่นวายให้เกิดขึ้นในสังคมแล้ว การแสดงบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาทางการเมืองที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ใช้สื่อนั้น ยังขัดแย้งกับลักษณะของพื้นที่สาธารณะตามที่คณะของฮาเบอร์มาสื่ออีกด้วย เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางการเมืองในลักษณะดังกล่าว ขาดความเป็นอิสระจากอำนาจผู้เป็นเจ้าของสื่อ ซึ่งเป็นอำนาจทางเศรษฐกิจ รวมถึงยังไม่เอื้อให้เกิดการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารและการใช้เหตุผลเพื่อแลกเปลี่ยนกันอย่างเสรีด้วย ผลกระทบที่เกิดขึ้นนี้จึงเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมระบอบประชาธิปไตยและการแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะของสื่อดิจิทัล

อย่างไรก็ตามยังมีความคิดเห็นจากนักวิชาการบางกลุ่มที่มองว่าการวิเคราะห์ผลกระทบของปรากฏการณ์ห้องแห่งเสียงสะท้อน และฟองสบู่ตัวกรองที่ทำงานบนสื่อสังคมนั้น เป็นมุมมองด้านลบมากเกินไป เพราะเชื่อว่าห้องแห่งเสียงสะท้อนอาจเป็นเพียงมายาคติ และสื่อสังคมไม่ได้กำลังสร้างนิเวศวิทยาทางข่าวสาร ในลักษณะที่นักวิชาการกลุ่มแรกตั้งข้อสังเกตเสมอไป นักวิชาการกลุ่มนี้มองว่า ภาวะของการคัดสรรและกลั่นกรองข่าวสารเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เพราะมีข้อมูลข่าวสารมากมายมหาศาลบนพื้นที่ออนไลน์ ผู้ใช้คนหนึ่ง ๆ ย่อมไม่สามารถบริโภคทุกอย่างได้ทั้งหมด แนวโน้มที่จะเปิดรับหรือเข้าถึงเนื้อหาแบบเอียงไปข้างใดข้างหนึ่งเป็นไปได้สูงแต่ก็ไม่ได้แปลว่า ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์จะไม่เปิดรับเนื้อหาจากแหล่งที่มีความคิดเห็นในข้อตรงข้ามเลย [8]

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยหลายชิ้นที่มีทิศทางสนับสนุนความคิดของนักวิชาการกลุ่มหลังนี้ เช่นการศึกษา Richard และ Nielsen (2018) [?] ที่พบว่า ระบบอัลกอริทึมได้นำเสนอข่าวสารที่หลากหลายไปยังผู้ใช้สื่อมากกว่าที่พวกเขาจะเห็นได้ตามปกติ และ งานของ Flaxman และคณะ (2016) [?] ที่พบว่า เสรีชนเงินส่งเสริมข้อมูลที่หลากหลาย ให้มุมมองที่กว้างไกลและแพร่หลายมากขึ้น ขยายขอบเขตข้อมูลให้กว้างสำหรับผู้ใช้งาน และยังเพิ่มตัวเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารอีกด้วย อีกทั้งในปัจจุบันก็มีวิธีการและเทคโนโลยีในการป้องกันฟองสบู่ตัวกรองด้วยตัวของผู้ใช้สื่อเองได้ เช่น การตรวจสอบจากฐานข้อมูลทางวิชาการ อาทิ google scholar หรือใช้ “Deep Web” เพื่อป้องกันไม่ให้กูเกิ้ลเสิร์ชสามารถเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ ได้ [14]

ความท้าทายต่อบทบาทพื้นที่สาธารณะของสื่อดิจิทัล

จากมุมมองทางวิชาการที่ผู้เขียนได้นำเสนอในข้างต้น จะเห็นได้ว่าในยุคแรกของการแพร่หลายของสื่อดิจิทัลนั้น ได้สร้างความคาดหวังให้กับสังคมในการแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง และเป็นมิติใหม่ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยไม่ต้องผ่านระบบตัวแทน ซึ่งหากพิจารณาในประเด็นนี้นับว่าสื่อดิจิทัลนั้นมีคุณูปการอย่างยิ่ง และสามารถปลุกจิตวิญญาณความเป็นพื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนขึ้นมาใหม่ หลังจากที่ถูกกระแสหลัก โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าทำให้พื้นที่สาธารณะกลายเป็นพื้นที่ปลอดการเมือง เพราะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อตอบสนองความบันเทิง และวัฒนธรรมการบริโภค ขณะที่ในแง่ของการนำเสนอข่าวสารสื่อกระแสหลักก็มักถูกตั้งคำถามถึงความเป็นกลาง และการครอบงำทางการเมืองและเศรษฐกิจอยู่เสมอแต่หลังจากที่ความก้าวหน้าทาง

เทคโนโลยีทำให้สื่อดิจิทัลพัฒนาไปได้อย่างกว้างไกล โดยเฉพาะในรูปแบบของสื่อสังคม ซึ่งเป็นช่องทางที่ผู้ใช้สื่อมีความนิยมใช้มากที่สุด กลับถูกใช้เป็นช่องทางในการผลิตเนื้อหาเพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง โดยการปลุกปั่นความคิดของผู้ใช้สื่อด้วยข่าวปลอม และการคัดกรองข่าวสารด้วยฟองสบู่ตัวกรองของระบบคอมพิวเตอร์ที่ทำงานด้วยกลไกอันซับซ้อน เพื่อเสนอข้อมูลสนับสนุนความคิดเห็นทางการเมืองด้านใดด้านหนึ่งของผู้ใช้อย่างสุดโต่ง ก่อปรกกับการเชื่อมโยงเครือข่ายของคนที่มีความคิดความเห็นคล้ายกันในห้องแห่งเสียงสะท้อน สิ่งเหล่านี้ได้ขัดขวางการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่างหลากหลาย และการหาทางออกร่วมกันในการเมืองระบอบประชาธิปไตย ยังแต่จะส่งผลต่อความขัดแย้งทางการเมืองที่บ้านปลาย นำมาสู่คำถามต่อการแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะของสื่อดิจิทัล เช่นเดียวกับในอดีตที่เคยเกิดขึ้นกับสื่อกระแสหลัก

พื้นที่สาธารณะอันเป็นกึ่งกลางระหว่างพื้นที่กลไกของรัฐและประชาสังคมตามความหมายของฮาเบอร์มานั้น แม้จะดูเหมือนว่าเป็นความคิดเชิงอุดมคติที่สถาบันสื่อมวลชนยากจะก้าวไปทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์แบบ อย่างไรก็ตามในทัศนะของผู้เขียน ความเปลี่ยนแปลงที่สะท้อนพลวัตของพื้นที่สาธารณะ ก็อาจจะนำไปสู่จุดเปลี่ยนอีกครั้ง หากสื่อดิจิทัลไม่สามารถแสดงบทบาทนั้นได้อย่างชัดเจนและไร้ข้อกังขา ซึ่งอาจจะเป็นรูปแบบบริการของสื่อดิจิทัลอื่น ๆ ที่สามารถลดช่องว่างของการสร้างข่าวปลอม ฟองสบู่ตัวกรอง และห้องแห่งเสียงสะท้อนไปได้ หรืออาจจะมีการพัฒนาเทคโนโลยีเสริมอื่น ๆ เข้ามาช่วยลดปัญหาดังกล่าว ตลอดจนมีการพัฒนาสื่อประเภทใหม่อื่น ๆ ขึ้นมาลดข้อบกพร่องของสื่อดิจิทัลอีกครั้ง แต่ทั้งนี้ไม่ว่าสื่อประเภทใดก็ตามจะแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะได้อย่างสมบูรณ์ ก็จำเป็นต้องยึดมั่นในบรรทัดฐานทางการสื่อสารที่เป็นประชาธิปไตย

ฮาเบอร์มานมีความคาดหวังที่จะปลดปล่อยมนุษย์ไปสู่เสรีภาพอย่างแท้จริง เพราะฉะนั้นหลักการสำคัญของการส่งเสริมให้เกิดพื้นที่สาธารณะในสื่อมวลชน คือการสร้างความเท่าเทียม และอิสระจากการครอบงำ สื่อจะต้องไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของระบบข้าราชการ เป็นเครือข่ายที่มีการไหลเวียนข่าวสารอย่างเต็มที่ จะต้องมีการกระทำเชิงการสื่อสาร (Communicative Action) ที่จะต้องเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายสำหรับการสร้างจิตสำนึกใหม่ของประชาชน ความรู้สึกใหม่ของประชาชนที่ก้าวข้ามลักษณะ ‘ปัจเจกนิยม’ ความรู้สึกใหม่นี้เรียกว่า ‘ethic of compassion’ ซึ่งหมายถึงความเข้าใจ อารมณ์ความรู้สึกแบบเข้าใจความต้องการของผู้อื่น ตลอดจนการที่จะใช้พื้นที่สาธารณะให้ได้ดีสำหรับสร้างประชาธิปไตยนั้นจะขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือ คุณภาพของวาทกรรม การสื่อสาร และปริมาณของการมีส่วนร่วม [1]

สรุป

พื้นที่สาธารณะเป็นแนวคิดที่มีมาอย่างยาวนาน เนื่องจากฮาเบอร์มานมองเห็นความสำคัญของการสื่อสารและบทบาททางเมืองของชนชั้นใหม่ในสังคมยุโรปช่วงรอยต่อระหว่างการเปลี่ยนแปลงการปกครองระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาสู่ระบอบประชาธิปไตยในคริสต์ศตวรรษที่ 18 แม้ว่าที่ผ่านมาแนวคิดนี้จะถูกวิพากษ์วิจารณ์จากนักวิชาการหลายคน แต่ขณะเดียวกันก็มีการศึกษาและวิเคราะห์พัฒนาการที่เกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะตามยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดมา โดยหลักการพื้นฐานของแนวคิดพื้นที่สาธารณะนี้ฮาเบอร์มานมีความคาดหวังให้เกิดปริมณฑลอันเป็นอิสระจากอำนาจรัฐ และทุน เป็นพื้นที่ที่จะสร้างสำนึกร่วมของคนในสังคมได้แลกเปลี่ยน ถกเถียงความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล เพื่อที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นของสังคม

สื่อมวลชนนับเป็นพื้นที่สาธารณะรูปแบบหนึ่งตามทัศนะของฮาเบอร์มาส โดยการแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อแต่ละยุคแต่ละสมัยมีลักษณะที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของสื่อและบริบททางสังคม ขณะที่ความเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์การสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นจากสื่อดิจิทัลนั้น เป็นทั้งความหวังและความท้าทายต่อการแสดงบทบาทพื้นที่สาธารณะทางการเมือง แต่อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดจากการใช้สื่อสังคมเป็นเครื่องมือเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางการเมืองก็ทำให้สื่อดิจิทัลถูกตั้งคำถามและวิพากษ์วิจารณ์อย่างมาก ดังนั้นหากยังต้องการให้สื่อประเภทนี้แสดงบทบาทในด้านบวกมากกว่าด้านลบ อาจจำเป็นต้องหาทางออกเพื่อป้องกันการใช้สื่อสังคมเป็นอาวุธทางการเมืองที่จะสร้างความขัดแย้งมากกว่าการมีส่วนร่วม โดยอาศัยความร่วมมือของทั้งผู้ผลิตเนื้อหา ผู้ใช้สื่อ และหน่วยงานที่มีอำนาจในการกำกับดูแล

เอกสารอ้างอิง

- [1] Kaewthep, K & Hinwiman, S. (2017). *Political Economic Theories with Communication Studies* (3rd ed.). Pabpim. (In Thai)
- [2] Kaewthep, K. (2009). *Media analysis: Concept and technique* (4th ed.). Pabpim. (In Thai)
- [3] Kaewthep, K. (2010). *New perspectives in communication studies*. Pabpim. (In Thai)
- [4] Loaiwittay, N. (2012). (2555). Social media in Thai political communication. *Executive Journal*. 32, 2012(2), 120–124. (In Thai)
- [5] Kou, Y., & Nardi, B. (2018). Complex mediation in the formation of political opinions. *In Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-15.
- [6] Chaichuy, P. (2015). *Thailand's public issue communication through a communication innovation for campaign, website "Change.org"*. [master's thesis, National Institute of Development Administration]. NIDA Wisdom Repository. <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5716>. (In Thai)
- [7] Pattanasrivichian, S. (2019). The usage and strategy of social media on political campaign in the social network era. *Payap University Journal*, 29(1), 27-41. (In Thai)
- [8] Ramasoota, P. (2019, MAY 24) *Online echo chamber and Thai politics after the election* 62. <https://themomentum.co/echo-chamber/>. (In Thai)
- [9] Pariser, E. (2011). *Beware online "filter bubbles"* TED Talk (video file). https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles#t-250759.
- [10] Sudbanthad, S. (2019). Documents presented in meeting "The mystery of social media". June 16, 2019, Thammasat and Political Office. (In Thai)
- [11] Jiang, R., Chiappa, S., Lattimore, T., György, A., & Kohli, P. (2019, January). Degenerate feedback loops in recommender systems. *In Proceedings of the 2019 AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, 383-390.

- [12] Figueiraa, A. & Oliveirab, L. (2017, November 8-10). The current state of fake news: Challenges and opportunities. *International conference on ENTERprise information systems*. [https:// www. sciencedirect.com](https://www.sciencedirect.com).
- [13] DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter bubbles and fake news. *XRDS: Crossroads, The ACM Magazine for Students*, 23(3), 32-35.
- [14] Clinton, K. (2019, April 5) *Should I fear the 'Filter Bubble'?*. [https://medium.com /@ katclinton /should-i-fear-the-filter-bubble-a9e429361cfd](https://medium.com/@katclinton/should-i-fear-the-filter-bubble-a9e429361cfd).