

บทความวิจัย และบทความวิชาการ



**ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับความท้าทายใหม่
ของการคุ้มครองผู้บริโภค
ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ :
วิเคราะห์ ประเมิน และพัฒนา**

ดร.ตรี บุญเจือ

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับความท้าทายใหม่ ของการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ : วิเคราะห์ ประเมิน และพัฒนา

ดร.ตรี บุญเจือ

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับความท้าทายใหม่ของการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ : วิเคราะห์ ประเมิน และพัฒนา” เป็นการวิจัยปรัชญา ที่ใช้ภาษาวีธีและวิธีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อนำเสนอการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง “3 ห่วง 2 เงื่อนไข” ประกอบด้วย “ความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน” บนเงื่อนไข “ความรู้” และ “คุณธรรม” มาเชื่อมโยงกับแนวทางด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์นับเป็นบริการหนึ่งที่ประกอบไปด้วยมิติต่างๆ กัน ซึ่งกำลังเผชิญความท้าทายใหม่ด้วยบริบทใหม่ของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล

ในบทความนี้ได้แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยปรัชญาซึ่งพบว่า การยึดแนวทางตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ของภาคส่วนต่างๆ ที่มีส่วนได้เสีย คือ หน่วยงานกำกับดูแล ผู้รับสื่อ/สาร และสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ ผ่านการสร้างสรรค์ การปรับตัว การร่วมมือ และการแสวงหาการพัฒนา จะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและในเชิงสังคมอีกด้วย

คำสำคัญ : ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การคุ้มครองผู้บริโภค กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ การพัฒนาคุณภาพชีวิต



ABSTRACT

The Article on “The Sufficiency Economy Philosophy and New Challenges in Broadcasting Consumers Protection : Analyze, Evaluation and Development” was a philosophy research using dialectic and discursive method. The research aimed to illustrate to explore on how to use the Sufficiency Economy Paradigm : 3 principles of being moderate, rational, immune and 2 conditions of cognition and virtue in the broadcasting consumer protection. It is stated that broadcasting consumer protection was a way to protect consumer both from and of broadcasting businesses. In this Digital Era, the broadcasting industry was argued to be facing new challenges in the new context.

The result of this philosophy research explained the way to use the Sufficiency Economy Paradigm for work on broadcasting consumer protection to be adapted by related sectors and stakeholders namely broadcasting regulator, broadcasting consumers/ audiences and broadcasters. Creativity, Adaptivity, Collaboration and Requisivity were presented to be the way to the development of quality of people’s lives and the society.

Keywords : Sufficiency Economy Philosophy, Consumer Protection, Broadcasting, Radio and Television, Development of Quality of life



“...ฉันพูดเศรษฐกิจพอเพียงความหมายคือ ทำอะไรให้เหมาะสมกับฐานะของตัวเอง...
ที่ฉันคิดคือเป็น *Self-sufficiency of Economy* เช่น ถ้าเขาต้องการดูทีวี ก็ควรให้เขามีดู
ไม่ใช่ไปจำกัดเขาไม่ให้ซื้อทีวีดู เขาต้องการดูเพื่อความสนุกสนาน ในหมู่บ้านไกลๆ ที่ฉันไป
เขามีทีวีดู แต่ใช้แบตเตอรี่ เขาไม่มีไฟฟ้า แต่ถ้า *Sufficiency* นั้น มีทีวีเขาฟังเพื่อย
เปรียบเสมือนคนไม่มีสตางค์ไปตัดสตูดิโอ และยังเนคไท เวอร์ซาเซ อันนี้ก็เกินไป...”

พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

พระตำหนักเปี่ยมสุข วังไกลกังวล

17 มกราคม 2544

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาเชิงประยุกต์ที่สามารถนำไปใช้ปฏิบัติได้ในหลายๆ มิติ
ทางสังคม ไม่ใช่เพียงภาพที่สื่อสร้างและสังคมเข้าใจว่าเป็นไปในเรื่องของการเกษตร ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์
เพื่อยังชีพอย่างประหยัด แต่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักยึดสำคัญที่เป็นรากฐานของการพัฒนา
คุณภาพชีวิตของคนในทุกระดับ ทุกความแตกต่าง ให้เกิดความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน เป็นเรื่องของการ
มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพราะความพอเพียงเป็นกระบวนการคิดที่อาศัยความรู้ รอบคอบ ระมัดระวัง
ในการนำหลักคิดที่หลากหลายมาใช้เพื่อสร้างการพัฒนาในด้านต่างๆ ควบคู่ไปกับความสำนึกในคุณธรรม
ความซื่อสัตย์ และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม เกิดสติปัญญา อันจะส่งผลให้เกิดความสมดุลและพร้อม
ต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา ทั้งด้านทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต
และสังคม

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับความท้าทายใหม่ของการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียง
และโทรทัศน์ มุ่งสะท้อนให้เห็นการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการคุ้มครองผู้บริโภค
ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในมิติต่างๆ ได้แก่ การส่งเสริมสิทธิการเข้าถึงสื่อและเทคโนโลยี
การกำกับดูแลและรับเรื่องร้องเรียน การพัฒนาและสร้างความสามารถของผู้บริโภคในการใช้สื่อ
มาเพื่อวิเคราะห์ ประเมิน และพัฒนาที่จะยังประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนและสังคม

พระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ช่างต้น ได้ชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่
พสกนิกรชาวไทย เพื่อเป็นแนวทางการแก้ไขให้ประชาชนสามารถดำรงชีวิตของตนอยู่ได้อย่างมั่นคง
และยั่งยืนภายใต้การพัฒนาเทคโนโลยี การแผ่ขยายของระบบทุนนิยมและความเปลี่ยนแปลงต่างๆ
โดยไม่ต่อต้าน แต่มุ่งให้ภาคส่วนต่างๆ ส่งเสริมการเข้าถึง ความเข้าใจ และเกิดการใช้ประโยชน์ได้อย่าง

“พอเพียง” ดังเห็นได้ว่า การที่ประชาชนต้องการรับสื่อ “ต้องการดูทีวี ก็ควรให้เขามีดู” ไม่ใช่ไปจำกัดเขาไม่ให้ซื้อทีวีหรืออยู่ที่ไกลๆ ถ้าต้องการดู ก็ควรได้ดู หรือหากเขาต้องการดูเพื่อความสนุกสนาน ก็ควรมีให้ดู เพียงแต่ต้องรู้จักใช้ประโยชน์ให้เกิดการพัฒนา

วิธีการศึกษา

บทความฉบับนี้ใช้วิธีการศึกษาโดยวิภาษวิธี (Dialectic) และวิธีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Discursive) จากผลที่ได้จากข้อมูล (Data) เอกสาร (Document) และสถิติจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยผ่านการตีความตามหลักวิชาการ

วิภาษวิธี คือ การตั้งคำถามที่อาจจะตอบได้หลายคำตอบที่เป็นไปได้

การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คือ รับฟังเหตุผลที่สนับสนุนแต่ละคำตอบเพื่อหาคำตอบที่ดีที่สุดจากการประนีประนอมทุกฝ่ายเท่าที่จะทำได้และมีเหตุผลเหนือกว่าทุกฝ่ายเท่าที่จะเป็นไปได้

วิธีเสนอเนื้อหา : วิเคราะห์ ประเมิน และข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ทรงพระราชทานและปรับปรุงนี้เป็นที่มาของนิยาม “3 ห่วง 2 เงื่อนไข” ประกอบด้วย “ความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน” บนเงื่อนไข “ความรู้” และ “คุณธรรม”

จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2551) ประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง อธิบายถึงการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงว่า เป็นการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนการใช้ความรู้ ความรอบคอบและคุณธรรมประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำต่างๆ ซึ่งแต่ละปัจจัยมีความหมาย คือ

1. ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดี ที่ไม่มากและไม่น้อยจนเกินไป ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่พอประมาณ
2. ความมีเหตุผล หมายถึง การใช้หลักเหตุผลในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ
3. การมีภูมิคุ้มกันที่ดี หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับต่อผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรอบตัว

ความพอเพียงซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ทั้ง 3 ปัจจัย จะต้องอาศัยความรู้ คือ ความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังในการดำเนินชีวิตและการประกอบการทำงาน และคุณธรรม คือ การยึดถือคุณธรรมต่าง ๆ อาทิ ความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน ความเพียร การมุ่งต่อประโยชน์ส่วนรวม และการแบ่งปัน ฯลฯ ตลอดเวลาที่ประยุกต์ใช้ปรัชญาเป็นเงื่อนไขพื้นฐาน



ที่มา : <http://welovethaiking.com/>

กิริติ บุญเจือ (2558) เสนอว่า “พอเพียง” หมายความว่า ไม่ขาดไม่เกิน พอดี ๆ สมน้ำสมเนื้อ สายกลางที่ไม่ใช่ “บวกกันหารสอง” แต่เป็นการเอาเฉพาะส่วนดีจาก 2 สุดข้างมารวมกันตรงกลาง แล้วพัฒนาคุณภาพให้สูงขึ้นๆ อย่างไม่รู้จบ จึงต้องค้ำประกันทั้ง 2 ด้านให้ได้ คือ ไร้ความเป็นเกินจริง (No Hyper-reality) และไร้ความไม่เป็นจริง (No Sub-reality)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางในการกำหนด ยุทธศาสตร์เพื่อการดำเนินการ โดยมุ่งเน้นในเรื่องสังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน มุ่งสร้างความสุขให้คนไทย และสังคมไทยอย่างยั่งยืนท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในภาวะของโลกปัจจุบัน 5 บริบทในกระแส โลกาภิวัตน์ ดังนี้

1. การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงในตลาดเงินของโลก
2. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด
3. การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม
4. การเคลื่อนย้ายคนอย่างเสรี

5. การเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ ได้วางยุทธศาสตร์ในการจัดทำแผนพัฒนาประเทศขึ้นมา 5 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้
2. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ
3. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและการสร้างความมั่นคงของ

ฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

5. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการประเทศ

องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ยกย่องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นกระบวนทัศน์ทางจริยธรรมอย่างใหม่ต่อความยั่งยืน (A new ethical paradigm for sustainability : UNESCO, 2012) ซึ่งเป็นแนวทางที่เกี่ยวข้องกับชีวิต ความประพฤติที่สามารถประยุกต์ใช้ได้ในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล ครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงการบริหารจัดการและการพัฒนาประเทศได้จริง

การคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การปกป้องดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัย เป็นธรรม และประหยัด จากการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์นับเป็นบริการหนึ่งที่ประกอบไปด้วยมิติต่างๆ กัน

คณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ได้จัดทำแผนแม่บทกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555-2559) โดยกำหนดเรื่องการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 5.3 โดยกำหนดหลักการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคให้คำนึงถึงหลักสิทธิมนุษยชน มิให้ถูกละเมิดจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในลักษณะที่เป็นเท็จ บิดเบือน อคติ ไม่เป็นธรรม ครอบงำ หรือเป็นการเอาเปรียบเพื่อประโยชน์ทางการค้า โดยมุ่งเน้นการสร้างหลักเกณฑ์ในการคุ้มครองสิทธิ มีกลไกในการรับเรื่อง

ร้องเรียนที่สะดวก มีประสิทธิภาพ มีการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วและไม่เลือกปฏิบัติ รวมทั้งส่งเสริมศักยภาพให้ประชาชนมีความตื่นตัว เข้มแข็ง รู้จักปกป้องตนเอง สามารถเข้าถึง เข้าใจ และใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพ เกิดประโยชน์แก่ตนเอง ผ่านกระบวนการรู้เท่าทันสื่อและการณรงค์ทางสังคม เพื่อคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของผู้บริโภคมิให้ถูกละเมิดเอาเปรียบจากผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ ได้กำหนดแนวทางให้มี “การส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มสร้างความร่วมมือกับองค์กรภาคีรัฐภาคเอกชน และเครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภค เพื่อจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน สะท้อนความคิดเห็น รณรงค์ทางสังคม และกิจกรรมอื่นๆ ในการปกป้องตนเอง”

สำนักงาน กสทช. (2558) ได้รับแนวคิดของการกำหนด “สิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์” ที่นำไปสู่การได้รับความคุ้มครองประกอบด้วย

1. สิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วน เพียงพอต่อการตัดสินใจ โดยข้อมูลนั้นต้องเป็นข้อมูลที่แท้จริงโดยไม่ก่อให้เกิดความรำคาญต่อผู้บริโภค (เป็นไปตามบทบัญญัติในมาตรา 61 กฎหมายรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 ซึ่งบัญญัติรับรองถึงสิทธิของบุคคลซึ่งเป็นผู้บริโภคมิได้รับความคุ้มครองในการได้รับข้อมูลที่เป็นความจริง และมีสิทธิร้องเรียนเพื่อให้ได้รับการแก้ไขเยียวยาความเสียหาย รวมทั้งมีสิทธิรวมตัวกันเพื่อพิทักษ์สิทธิของผู้บริโภค)

2. สิทธิในการได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะเนื้อหาที่ส่งเสริมการศึกษาและการเรียนรู้ โดยเฉพาะเด็ก ที่จะต้องได้รับสิทธิในการเข้าถึงสื่อหรือวัสดุที่เป็นประโยชน์ส่งเสริมการเรียนรู้ (เป็นไปตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก)

3. สิทธิในการได้รับความคุ้มครองในการเข้าถึงสื่อที่ไม่เหมาะสม รวมทั้งการคุ้มครองเด็กให้เข้าถึงสื่อที่เหมาะสมกับช่วงวัยโดยมีมาตรการด้านเวลาและสถานที่กำกับด้วย

4. สิทธิในการได้รับความคุ้มครองในข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค

5. สิทธิในความเท่าเทียมในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อ (เป็นไปตามมาตรา 47 แห่งรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550)

6. สิทธิในการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการบริหารจัดการสื่อ (เป็นไปตาม มาตรา 61 วรคสอง กฎหมายรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2550 ซึ่งแม้ว่าจะไม่มีผลใช้บังคับแล้วในปัจจุบัน แต่เป็นหลักการที่กำหนดสิทธิที่เป็นไปตามหลักการสากล)

7. สิทธิในการได้รับการเยียวยาความเสียหายเมื่อได้รับความเสียหาย (เป็นไปตามหลักสิทธิขั้นพื้นฐานของผู้บริโภคทั่วไป)

นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคจึงไม่ใช่เพียงแค่การปกป้องสิทธิที่ประชาชนสมควรจะได้รับ อาทิ การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ แต่การคุ้มครองผู้บริโภคเน้นการสร้างความสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างภาครัฐ (หน่วยงานกำกับดูแล) ภาคผู้ประกอบการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (รัฐ/เอกชน / ชุมชน) และภาคประชาชน (ผู้รับสื่อ ผู้บริโภคสื่อ ผู้ใช้บริการ ผู้ได้รับผลกระทบจากสื่อ ฯลฯ) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมที่มีความเป็นธรรมและโปร่งใส ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการซื้อสินค้าและบริการที่มากขึ้นและมีคุณภาพสูง

Thaieurope.net (2559) ได้นำเสนอถึงแนวคิดของ Meglena Kuneva กรรมการธิการยุโรป ด้านคุ้มครองผู้บริโภค เกี่ยวกับแผนการดำเนินนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป ระหว่างงานสัมมนา Breakfast Policy Briefing ของ European Policy Centre ณ กรุงบรัสเซลส์ เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2551 ว่า “...การที่ผู้บริโภคมีความมั่นใจ ได้รับข้อมูล และได้รับการปกป้องคุ้มครองอย่างเพียงพอ จึงจะเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุโรป นโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคจึงเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนานวัตกรรมและการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภูมิภาคยุโรป ... มุ่งเน้นการปรับปรุงนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคยุโรปให้เข้ากับยุคสมัย และลดความซับซ้อนของกฎระเบียบเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคของสหภาพยุโรป เพื่อให้ผู้บริโภคยุโรปได้รับประโยชน์สูงสุดจากการรวมตัวภายในตลาดร่วมยุโรป และให้การซื้อ - ขายสินค้าและบริการแบบข้ามพรมแดนภายในสหภาพยุโรป สะดวกและเพิ่มมากขึ้น... สุดท้าย กรรมการธิการยุโรป เน้นว่าแนวคิด Sustainable Consumption and Production (SCP) ของสหภาพยุโรป ซึ่งรวมถึงนโยบาย Integrated Product Policy (IPP) สิ่งแวดล้อม และความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) เป็นต้น เป็นประเด็นสำคัญที่สหภาพยุโรปส่งเสริมและจะนำมาปรับใช้อย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2551 ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการคุ้มครองผู้บริโภคยุโรปอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้”



การวิเคราะห์

พัฒนาการของทฤษฎีการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร สื่อสารซึ่งสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ เป็นสื่อมวลชนประเภทแรกๆ ที่เกิดขึ้น โดยมนุษย์ก็มีการสื่อสารรูปแบบอื่นที่ไม่เป็นอักษรมาก่อน แล้วพัฒนาเป็นการสื่อสารแบบมีตัวอักษร ทั้งอักษรภาพ อักษรสัญลักษณ์ เครื่องหมาย แทนเสียง แทนความหมาย ซึ่งแรกเริ่มมีการเขียนตามผนังถ้ำ แผ่นหิน ต้นไม้ ใบหญ้า จนมาถึงการผลิตกระดาษ ต่อมาโลกได้พัฒนาเครื่องจักรกลประเภทต่างๆ รวมถึงเครื่องพิมพ์ด้วย ทำให้สามารถทำสำเนาหนังสือได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งแต่ก่อนนักสื่อสารมวลชนคงไม่มีใครรู้จัก Johann Gutenberg ผู้คิดประดิษฐ์ทำตัวเรียงพิมพ์และแท่นพิมพ์ แต่ปัจจุบัน นักสื่อสารในยุคดิจิทัลคงต้องรู้จัก Tim Berners-Lee ซึ่งเป็นผู้คิดเครือข่ายอินเทอร์เน็ตหรือ Vint Cerf ผู้ออกแบบโปรโตคอล TCP/IP จนถึง Mark Zuckerberg ซึ่งเริ่มจะกลายเป็นตำนานของสื่อยุคใหม่แทนที่

หากจะย้อนกลับไปมองถึงการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร จะเริ่มตั้งต้นที่ยุคการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่มุ่งประดิษฐ์คิดค้นเทคโนโลยีเพื่อนำไปสู่ความทันสมัย โดยสภาพสังคมในยุคนั้น เป็นการค้นพบดินแดนใหม่ มนุษย์ได้อพยพเข้าไปอยู่ในทวีปอเมริกา ทวีปเอเชีย และทวีปออสเตรเลีย เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม มีการขยายตัวของเมือง ประชากรเพิ่มมากขึ้น การขยายตัวทางการค้าทำให้เกิดชนชั้นทางสังคมแบบใหม่ คือ ชนชั้นนายทุนและชนชั้นกรรมาชีพ เกิดลัทธิจักรวรรดินิยม และลัทธิชาตินิยมอันนำไปสู่สงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อสงครามยุติก็ได้เกิดสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เกิดภาวะเงินเฟ้อ การล้มละลายของธนาคาร เกิดระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยม

ต่อมาเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชีวิตมนุษย์อย่างมาก ซึ่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง สหรัฐอเมริกาได้มีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจโลกมีการเชื่อมโยงระบบการเงินระหว่างประเทศ มีการช่วยเหลือทางด้านเศรษฐกิจผ่านระบบเศรษฐกิจเสรีนิยม การสื่อสารในยุคนี้ก้าวหน้าตามวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น โทรศัพท์ โทรศัพท การสื่อสารมีความเป็นวิชาการ โดยมีการสื่อสารองค์กรที่เน้นการประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการเมืองเพื่อนำเสนอการสื่อสารไปยังประชาชน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารถูกนำไปใช้เพื่อแย่งชิงประชาชนให้มีความเชื่อในลัทธิอุดมการณ์ของตน ซึ่งส่งผลต่อการปกครองและเศรษฐกิจ มีความพยายามที่จะติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ศิลปวัฒนธรรมระหว่างชุมชน เมื่อมีการอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนขนาดใหญ่ การสื่อสารแบบมวลชนจึงเกิดขึ้น หลักการและกลยุทธิ์การสื่อสารได้ถูกนำมาใช้สนับสนุนอุดมคติทางการเมือง

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้บริหารประเทศต่างๆ ได้รับคำแนะนำจากองค์การสหประชาชาติ และได้รับอิทธิพลจากนักวิชาการชาวตะวันตก โดยเฉพาะในด้านการขยายโครงสร้างพื้นฐานของระบบสื่อสารมวลชน และการมุ่งเน้นการนำสื่อมวลชนมาใช้เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงของสังคมไปสู่ความทันสมัย (Modernization) โดยสื่อมวลชนทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานของภาครัฐในการเผยแพร่แนวคิดและแนวปฏิบัติที่พึงประสงค์และมีลักษณะสำเร็จรูปไปสู่สมาชิกในสังคม และนำเสนอภาพและบรรยากาศของสังคมทันสมัยในซีกโลกตะวันตกไปสู่ประชาชนเพื่อกระตุ้นให้ประชาชนปรับเปลี่ยนในเชิงความคิด การรับรู้ ทศนคติ ไปในทิศทางที่พึงประสงค์ของผู้ปกครองประเทศได้นอกจากนั้นสื่อมวลชนยังมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจให้ประชาชนกระตือรือร้น และพยายามทุกวิถีทางในการก้าวเข้าสู่ความทันสมัย เปรียบเทียบกับสมาชิกในสังคมตะวันตกอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ตอกย้ำข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอผ่านสื่อมวลชน เพื่อให้ประชาชนเป้าหมายยอมรับและปฏิบัติตามแนวคิดสำเร็จรูป ซึ่งในช่วงนี้ได้แนวทฤษฎีการสื่อสารการเมือง เพื่อสื่ออุดมคติทางการเมือง 3 ฝ่าย (ตรี บุญเจือ, 2558) ได้แก่

1) ทฤษฎีอำนาจนิยมนาซีและฟาสซิสต์ เน้นพัฒนากลไกการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda Machine) ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง ละครและภาพยนตร์ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติการทางจิตวิทยา (Psychological Actions) โน้มน้าวจิตใจให้ประชาชนหลงเชื่อในลัทธิถือเชื้อชาติ (Racism) และการกำจัดศัตรูของสังคมโดยถือเป็นความถูกต้อง

2) ทฤษฎีเสรีนิยมแบบตะวันตก เน้นการประชาสัมพันธ์ในระดับต่างๆ การสื่อสารภายในองค์กร และการสื่อสารสังคม ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เพื่อให้การประชาสัมพันธ์ภาครัฐ เพื่อมุ่งให้เห็นตามนโยบายของรัฐ

3) ทฤษฎีเบ็ดเสร็จนิยมแบบมาร์กซิสต์-เลนินนิสต์ เน้นว่าสื่อมวลชนจะต้องเป็นของรัฐ โดยการควบคุมของพรรคมีหน้าที่ในการให้การศึกษาแก่ชนชั้นกรรมาชีพ มิใช่ทำธุรกิจขายข่าว เพราะสื่อมวลชนจะกลายเป็นเพียงเครื่องมือของนายทุน รัฐควบคุมกำกับสื่อมวลชนในการเป็นกลไกโฆษณาชวนเชื่อเพื่อปลุกกระดมมวลชนและผลักดันประเทศไปตามนโยบายแห่งรัฐ

เมื่อการสื่อสารได้พัฒนาไปในระยะหนึ่ง จนเกิดกระแสการต่อต้านลัทธินิยมความทันสมัย (Modernism) โดยเข้าสู่กระบวนคิดแบบหลังนวยุค (Postmodernism) เริ่มตั้งแต่ประมาณปี ค.ศ. 1945 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยมีแนวโน้มสำคัญ 4 ประการ (ตรี บุญเจือ, 2558) คือ

1. การวิพากษ์ทฤษฎีการสื่อสารของกลุ่มอำนาจนิยม และเบ็ดเสร็จนิยม
2. การก่อเกิดทฤษฎีสื่อสารเพื่อการพัฒนาหรือนิเทศศาสตร์พัฒนาการ (Development Communication Theory)

3. การวิพากษ์ลัทธิสมัยนิยม (Modernism) ที่เริ่มจุดเริ่มต้นของลัทธิหลังสมัยนิยม (Postmodernism)
4. การพัฒนาเทคนิคและเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน

การวิพากษ์ทฤษฎีของกลุ่มอำนาจนิยมและเบ็ดเสร็จนิยม คือ การวิเคราะห์เชิงมานุษยวิทยาว่าเป็นแนวคิดที่ขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชน ปิดกั้นเสรีภาพทางการเมืองของปัจเจกชน ใช้สื่อมวลชนปฏิบัติการทางจิตวิทยาอย่างเข้มข้นเพื่อผลทางการเมืองของฝ่ายเผด็จการ สื่อมวลชนมีประสิทธิผลสูงในเชิงการเมือง แต่ขาดคุณค่าในเชิงมนุษยธรรม การวิพากษ์ได้ก่อให้เกิดทฤษฎีหลากหลายที่เกี่ยวกับผลและอิทธิพลของสื่อในเชิงลบ เช่น กลุ่มทฤษฎีผลอันไม่จำกัดของสื่อ (Unlimited Effects) ได้แก่ ทฤษฎีกระสุนปืน (Magic Bullet Theory) และทฤษฎีกระสุนเงิน (Silver Bullet Theory) เพื่ออธิบายถึงแนวทางการโฆษณาชวนเชื่อของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความเชื่อและพฤติกรรมของมวลชนอย่างมหาศาล เช่น ในกรณีที่ยอดฮิตเลอร์กระทำต่อประชาชนชาวเยอรมันก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodermic Needle Theory) ที่พยายามแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนสามารถอัดฉีด “สารอย่างเดียวกัน” แก่สมาชิกทั้งหมดของสังคมมวลชนอย่างได้ผล การวิพากษ์ผลและอิทธิพลของสื่อมิได้จำกัดอยู่เฉพาะผลทางตรงเท่านั้น หากมุ่งมองไปที่ผลทางอ้อมด้วย ทฤษฎีสำคัญที่ยังศึกษากันจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ทฤษฎี นายทวารข่าวสาร (Gatekeeper Theory) ของเคิร์ท ลูวิน (Kurt Lewin) ในปี ค.ศ. 1947 ว่าสื่อมวลชนเป็นผู้กลั่นกรองคัดเลือกข่าวให้เหลือน้อยลงเพื่อการเสนอต่อประชาชน แสดงให้เห็นอำนาจเด็ดขาดของสื่อมวลชนที่ไม่มีใครเข้าไปเกี่ยวข้องได้ ทฤษฎีบทบาทหน้าที่ในการกำหนดวาระ (Agenda-setting Function) โดยลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld) ในปี ค.ศ. 1944 ว่า นักการเมืองพยายามโน้มนำประชามติให้สนใจแต่วาระเรื่องราวที่สอดคล้องสนับสนุนจุดยืนของพรรคตน ซึ่งต่อมาแม็คคอมบ์และชอร์ว (McCombs and Shaws) ในปี ค.ศ. 1972 ได้เสนอเป็นทฤษฎีที่แสดงอิทธิพลทางอ้อมของสื่อในการขึ้นนำวาระทางสังคม หรือเรื่องราวที่ต้องให้ความสนใจ ปี ค.ศ. 1964 วิลเบอร์ชแรมป์ (Wilbur Schramm) นักสังคมวิทยาได้เขียนหนังสือเรื่อง “สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของสื่อมวลชนในการพัฒนาสังคม จนถึงจุดเริ่มต้นของนิเทศศาสตร์พัฒนาการ ทฤษฎีเหล่านี้มุ่งเสนอให้สื่อช่วยส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมของประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศที่ยังล้าหลัง โดยมองเห็นว่าการพัฒนาก็คือการทำให้ทันสมัย เป็นความมั่นคง คือเสรีภาพ

กลุ่มสิทธิมนุษยชน สิทธิสตรี กลุ่มพิทักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มเรียกร้องประชาธิปไตยในประเทศคอมมิวนิสต์ หรือประเทศเผด็จการ ได้ใช้สื่อเพื่อการรณรงค์ต่างๆ ให้นำไปสู่การจุดประกายแนวคิดของการสื่อสาร ภายใต้กรอบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมแบบใหม่ ซึ่งรู้จักกันในนามกระบวนการทศวรรษทางเลือก

ของการสื่อสารเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม โดยมุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลง และแสวงหาหนทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับชุมชน สังคมประเทศหรือระดับโลกต่อไป

ประวัติของกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

ความเป็นมาของวิทยุ

Hertz นักวิทยาศาสตร์ชาวเยอรมันได้ผลิตเครื่องมือที่สามารถนำคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าในอากาศมาใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร เมื่อ ค.ศ. 1885 Guglielmo Marconi ได้ค้นคว้าสร้างวิทยุขึ้นสำเร็จ และเมื่อ ค.ศ. 1899 Marconi ทำการส่งวิทยุข้ามช่องแคบอังกฤษได้เป็นผลสำเร็จ นักวิทยาศาสตร์ได้ช่วยกันพัฒนาเครื่องรับเครื่องส่งวิทยุให้ดีขึ้นเป็นลำดับ มีการเสนอข่าวและรายการต่างๆ ก็เพิ่มมากขึ้น ประเทศต่างๆ ก็เริ่มมีการพัฒนาวิทยุขึ้น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1920 สำหรับประเทศไทย วิทยุได้เข้ามาในปี ค.ศ. 1930 สมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว มีการทำพิธีเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงซึ่งตรงกับวันพระราชพิธีฉัตรมงคลในรัชกาลที่ 7 พิธีเปิดสถานีวิทยุได้กระทำโดยอัญเชิญกระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวจากพระที่นั่งอมรินทรวินิจฉัยในพระบรมมหาราชวังถ่ายทอดสัญญาณแก่ประชาชนชาวไทย

ความเป็นมาของโทรทัศน์

จอห์น ลอว์กีย์ เบรียด ชาวสกอตแลนด์สร้างโทรทัศน์ขาว-ดำสำเร็จใน ปี ค.ศ. 1925 และตั้งแต่ปี ค.ศ. 1931 ประเทศต่างๆ เช่น อังกฤษ สหภาพโซเวียต และสหรัฐอเมริกา เป็นต้นก็ได้พัฒนาขีดความสามารถแพร่ภาพโทรทัศน์ได้ สำหรับประเทศไทย ยุคบุกเบิกเริ่มเมื่อ ค.ศ. 1948 สมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม มีความคิดที่จะตั้งสถานีโทรทัศน์ขึ้นในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นสื่อเพื่อการศึกษา การแพทย์ การสาธารณสุข และเป็นเครื่องมือตอบโต้ฝ่ายตรงข้ามและเสริมอิทธิพลทางการเมือง การจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ใช้การจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด ชื่อ บริษัทไทยโทรทัศน์จำกัด ต่อมาโทรทัศน์ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองและการเมือง จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ จัดตั้งสถานีโทรทัศน์แห่งที่ 2 ขึ้นในประเทศไทย โดยใช้งบประมาณจากหน่วยงานทหารในการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 (ระบบขาวดำ) ขึ้นเพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการสร้างสัมพันธ์ระหว่างทหารและประชาชน เมื่อเกิดโทรทัศน์สีแล้ว ทุกช่องสถานีต่างต้องแข่งขันกันอย่างเต็มที่ โดยสถานีโทรทัศน์ทุกช่องแข่งกันปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพระบบสีของตัวเอง แต่จากเหตุการณ์ที่เริ่มมีการควบคุมสื่อในการนำเสนอข่าวสารมากขึ้น และการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองก็ถูกควบคุมอย่างเข้มงวด ทำให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิง และมุ่งผลิตรายการที่จะทำให้ได้ผลกำไรทางธุรกิจ ในช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโต สื่อมีรายได้

มากขึ้นจากเม็ดเงินของโฆษณาจากภาคธุรกิจ ทำให้มีเงินลงทุนในการผลิตรายการดีๆ และมีคุณภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม รายการโทรทัศน์ก็ยังมุ่งเน้นรายการบันเทิง แสดงถึงรสนิยมในการชมโทรทัศน์ของคนไทย (กิติมา สุรสนธิ, 2542)

การสื่อสารและความท้าทายใหม่

ปัจจุบัน การพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสารได้ก้าวกระโดดเป็นการเชื่อมโยงการสื่อสารในระดับโลก เช่น การสื่อสารผ่านดาวเทียม ไบแก้วน้าแสง โดย แมคลูฮัน ได้เขียนหนังสือชื่อ “The Global Village” ใน ปี ค.ศ. 1989 ซึ่งปรากฏคำว่า “สังคมข่าวสาร” (Information Society) เป็นครั้งแรก นักวิชาการสื่อสารมวลชนทั่วโลกให้หันมาสนใจทำความเข้าใจกับการสื่อสารที่มีความก้าวหน้าทำให้เกิดสังคมที่เรียกว่า “ไร้พรมแดน” ทำให้ภูมิทัศน์สื่อ (Media Landscape) เปลี่ยนแปลงไป รูปแบบการสื่อสารของคนในสังคมและวัฒนธรรมก็เปลี่ยนแปลง จนเกิดคำถามในใจของหลายคนว่าการใช้ประโยชน์จากการสื่อสารเป็นการแพร่ความดีและความเลวในด้านจริยะ ขยายตัวไปสู่แนวคิดว่าสื่อมวลชนที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีการวิเคราะห์วิจัยให้รู้ความต้องการสารสนเทศของประชาชน รวมทั้งสภาวะทางจิตใจและสังคมอันเป็นที่มาของความต้องการนั้นอยู่ตลอดเวลา โดยมองว่าการศึกษาวิจัยดังกล่าวมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสื่อสารมวลชน ซึ่งถือว่าการสื่อสารที่สำคัญที่สุดของสังคมสมัยใหม่ (Modern Society) ในที่สุดก็ก่อให้เกิดการขยายตัวแยกเป็นวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ หรือวิชาการสื่อสารมวลชน แต่ในขณะเดียวกันก็เกิดการวิพากษ์ผลของกระบวนการทัศนนิยม (Modernism) ที่สืบทอดมาในสังคมปัจจุบัน นักทฤษฎีแนววิพากษ์จำนวนหนึ่งได้ศึกษาวิจัยเพื่อโต้แย้งหรือตั้งคำถามให้ประเทศกำลังพัฒนายังคิดไตร่ตรองก่อนที่จะทุ่มด้วยอมรับการถูกครอบงำในสังคมข่าวสารเช่นเดียวกันกับในนวนิยายเพียงแต่ต่างกันที่วิธีเท่านั้น การสื่อสารได้มุ่งความสนใจไปที่เนื้อหาความคิดของมนุษย์ทั้งโลก ทุกวัฒนธรรม ทุกลัทธิความเชื่อถือโนบายว่า สรรวจเนื้อหาใหม่หมดและไม่ละเลยอะไรเลย เมื่อเตรียมตัวพร้อมแล้วก็ย้อนอ่านทุกอย่าง เพื่อเลือกประเด็นที่สนใจมาคิดใหม่ และเสนอเพื่อโลกาภิวัตน์ที่เหมาะสม โดยเน้นการชี้แจงถึงแง่มุมดีของสิ่งต่างๆ โดยการวิเคราะห์และประเมินค่าเรื่องราวต่างๆ ของคนที่มีความเห็นแตกต่าง เช่น ทำให้ผู้นับถือศาสนาต่างกัน เชื่อในลัทธิต่างกัน หันหน้าเข้าหากัน ต่างสำนัก ต่างทฤษฎีก็หันหน้าเข้าหากัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์แก่กัน หวังความร่วมมือกันโดยไม่ต้องเชื่อเหมือนกัน การฝึกสมาธิในสังคมเกี่ยวกับกระบวนการร่วมกันคิด ร่วมรับฟัง และเคารพในความคิดของผู้อื่น ตระหนักในสิทธิและหน้าที่ของตน ร่วมวิเคราะห์ประเด็นปัญหาทางสังคมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน ตลอดจนกระบวนการร่วมกันค้นหาแนวทางและการตัดสินใจร่วมกันบนพื้นฐานของข้อมูลที่สมบูรณ์ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวคือ กระบวนการสื่อสาร

แบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication Process) ของสมาชิกในสังคม อันจะนำไปสู่การเกิดสำนึกเชิงสาธารณะร่วมกัน (Public Conscientization) และกระบวนการเรียนรู้กัน (Learning Process) ระหว่างสมาชิกในสังคม เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสังคมที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกันของสมาชิกในสังคม

วิถีชีวิตประจำวันของมนุษย์ก็เปลี่ยนไป มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสถาบันหรือองค์กรมากขึ้น การสื่อสารถึงกันในฐานะระหว่างมนุษย์กับมนุษย์มีน้อยลง แต่มีการสื่อสารกันระหว่างมนุษย์กับองค์กรหรือองค์กรกับองค์กรมากขึ้น และมีผลต่อการดำรงอยู่ของ “จิตสำนึกของสังคม” ที่อยู่ในรูปขององค์กรมากขึ้น เช่น การรักษาความสะอาดเป็นหน้าที่ของเทศบาล การพัฒนาบ้านเมืองเป็นหน้าที่ของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร ที่ประชาชนมีส่วนร่วมแค่เฉพาะการเลือกตั้ง เป็นต้น สื่อมวลชนเป็นรูปแบบการสื่อสารที่แพร่เข้ามาอย่างรวดเร็วจนมีอิทธิพลหลักต่อสังคม มักเป็นสื่อทางเดียวอันเป็นผลมาจากแนวคิดการใช้สื่อเป็นเครื่องมือกำหนดความจริงทางสังคม โดยสิ่งที่มีอิทธิพลครอบงำสื่อก็คือการตลาด โครงสร้างย่อยของรัฐ และผลประโยชน์ของชนชั้น ซึ่งทิศทางของข่าวสารก็มักเป็นทางเดียวออกมาจากศูนย์กลางทั้งสาม ทำให้สื่อมวลชนไม่ได้เปิดโอกาสให้คนธรรมดาได้เข้ามามีส่วนร่วม หรือทำหน้าที่ของการเชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากนัก ปัจจุบันมนุษย์มีอาการเสพติดสื่ออย่างรุนแรง ปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นจากสื่อที่ขาดความรับผิดชอบและขาดจริยธรรมในฐานะสถาบัน สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นสถาบันที่มีส่วนในการสร้างสังคมให้ดีขึ้น มุ่งเน้นกระบวนการค้นหาเส้นทางที่เหมาะสมในการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม ระดับชุมชน และระดับบุคคล อย่างไม่จำกัดทิศทาง ขอบเขต หรือเป้าหมายของการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน โดยมองว่าการเปลี่ยนแปลงสังคม อาจมีความหลากหลายและแตกต่างกันไป เงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้กระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม เป็นแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ได้แก่ ปรัชญาและแนวคิดด้านประชาธิปไตยทางการสื่อสาร (Democratic Communication) กล่าวคือ กระบวนการสนทนาโต้ตอบกันระหว่างสมาชิกในสังคมจำเป็นต้องดำเนินไปโดยคำนึงถึงความเท่าเทียมกันของบุคคล สิทธิและเสียงของบุคคลในการแสดงความคิดเห็น (Right to Communicate) โอกาสในการรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง (Accessibility to Information) การมีจิตสำนึกในเชิงประโยชน์ของสาธารณะเหนือประโยชน์ส่วนตัว การตระหนักในบทบาทและหน้าที่ของตน การยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และการปฏิบัติตามแนวทางที่ได้รับการเห็นชอบจากสมาชิกส่วนใหญ่ เป็นต้น โดยเชื่อกันว่า ปรัชญาการสื่อสารเชิงประชาธิปไตยดังกล่าวจะนำไปสู่การเพิ่มพลัง (Empowerment) ให้กับสมาชิกในสังคม การกระตุ้นให้ประชาชนรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่ได้ร่วมกันกำหนด ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการเอาใจใส่ดูแลและตรวจสอบโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

บริบทใหม่ของกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล มีผู้พยายามอธิบายนิยามว่าเป็นยุคของสื่อใหม่ที่มีการหลอมรวมกันของเทคโนโลยี มีลักษณะตอบโต้ได้ เปลี่ยนรูปและถูกส่งต่อไปยังช่องทางอื่นได้ง่าย เชื่อมต่อกันได้ ใช้ได้ทุกที่ รวดเร็ว และไร้พรมแดน หรือเป็นสื่อที่ถูกสร้างโดยพลเมืองทั่วไป สื่อใหม่ดังกล่าว เป็นสื่อที่ไม่ใช่เพียงการพูดถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีเท่านั้น แต่เป็นการหลอมรวมที่ส่งผลเปลี่ยนแปลงถึงประเภทของสื่อ อุตสาหกรรมสื่อ การตลาด พฤติกรรมของผู้บริโภคความท้าทายของการคุ้มครองผู้บริโภคในยุคดิจิทัล จึงอาจมีใช้การกำหนดกฎหมาย แบ่งเส้นแนวนโยบายและการกำกับดูแลเป็นกิจการโทรคมนาคม (Telecommunication) และกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ (Broadcasting) เห็นได้จากกฎหมายซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่ พ.ศ. 2551 เองก็ตาม ได้กล่าวถึงลักษณะของการหลอมรวมกัน คือ การกำหนดให้ภาพและเสียงที่ส่งผ่านโครงข่ายที่ได้รับการอนุญาตด้านโทรคมนาคมแล้ว เป็นกิจการประเภทที่ไม่ใช่คลื่นความถี่ ซึ่งหมายถึงไม่ต้องขอรับจัดสรรคลื่นความถี่ในย่านความถี่เพื่อกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อีก อย่างไรก็ตาม ด้วยในยุคปัจจุบัน ที่อินเทอร์เน็ตแทบจะเป็นศูนย์กลางของการส่งผ่านข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นทั้งภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง เสียง ข้อความ ฯลฯ และผู้บริโภคเองก็สามารถรับสารต่าง ๆ เหล่านั้นได้ผ่านทาง Smartphone และอุปกรณ์เชื่อมต่ออื่นๆ ประเด็นเหล่านี้ ยังไม่รวมถึงข้อมูลข่าวสารที่ผลิตและส่งผ่านมาจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นการบริการที่อยู่ในบริบทของกฎหมายและระบบการกำกับดูแลของไทย

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการดำเนินการแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ซึ่งคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด และการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม จึงได้กำหนดให้มียุทธศาสตร์การพัฒนาคูณภาพคนและสังคมไทยสู่สังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้

เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็วมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตและเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่คนในสังคมต่างๆ ตามระดับของการเข้าถึงเทคโนโลยี เทคโนโลยีสารสนเทศ นั่นคือการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเป็นสำคัญและให้สิทธิแก่คนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ดังนั้น ในมิติของการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารนี้ จึงไม่ได้มุ่งต่อต้านเทคโนโลยีสื่อสาร และเห็นว่าการส่งเสริมเทคโนโลยีสื่อสารที่ช่วยผู้บริโภคสื่อให้เข้าถึงข้อมูลข่าวสารในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการพัฒนาคูณภาพชีวิตแก่ผู้รับสาร สิ่งสำคัญคือ วิจารณญาณ (Critical Mind) ที่จะต้องใช้เพื่อ

การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Intellectual Paradigm) โดยชี้ชวนทุกฝ่ายให้นำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นแนวคิดหลัก โดยมุ่งเน้นความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดี ภายใต้ความรู้ และคุณธรรม ปรัชญากระบวนทัศน์หลังนวยุคจึงแสดงบทบาทสำคัญในการปรับกระบวนทัศน์ ทางความคิดของคนรุ่นใหม่ให้เน้นการสร้างสรรค์ การปรับตัว การร่วมมือและการแสวงหา กระบวนทัศน์ ทางความคิดเช่นนี้จะผลักดันไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและเกิดเป็นสังคมที่ทุกคนอยู่ร่วมกันอย่าง มีความสุขอย่างแท้จริง

สื่อมีอิทธิพลต่อคนในด้านต่างๆ รวมทั้งมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับสาร ทำให้เห็นได้ว่า การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเข้าถึงสื่อได้ ก็จะได้ ว่าเป็นผู้ที่สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสื่อได้ ทั้งนี้ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์จะช่วย เพิ่มศักยภาพของคนได้ ทั้งด้านความนึกคิด (Cognition) ให้เกิดความรู้ (Knowledge) สามารถพัฒนาให้ เกิดการแสดงความคิดเห็น (Opinion) มีส่วนร่วมในสังคมได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการตอบสนองต่อการส่งเสริม มนุษยนิยม โดยส่งเสริมให้เกิดความสามารถในการกำหนดและตัดสินใจได้ด้วยตนเอง จะไม่ตัดสินใจโดย สิ่งที่อยู่เหนือความเข้าใจ ไม่เชื่อโดยปราศจากเหตุผล (ตรี บุญเจือ, 2558) ดังนั้นจะต้องวิเคราะห์ปัจจัย สำคัญคือการเข้าถึงสื่อและประโยชน์ของสื่อ ดังนี้

ข้อจำกัดของบุคคลในการเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารมีหลักใหญ่อยู่ 4 ปัจจัย คือ

1. ด้านพื้นที่ ความห่างไกล เนื่องจากสื่อในปัจจุบันมีฐานหลักอยู่ที่เมืองหลวง คือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล การนำเสนอหรือสื่อสารอะไรออกไปก็ในพื้นที่ที่เกิดขึ้นในเมืองใหญ่ ส่วนเนื้อหา รายการที่เกิดขึ้นรอบนอกเขตเมืองมีการนำเสนอน้อยกว่ามาก (ไม่รวมข่าวทั่วไป) การกระจุกตัวของ การแพร่กระจายสื่อที่อยู่ในเมืองทำให้เกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำของการรับสาร

2. ด้านร่างกายหรือความพิการ คนพิการด้านการได้ยินและคนพิการด้านการมองเห็นมีอุปสรรค ในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากมีข้อจำกัดของประสาทสัมผัสที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ซึ่งความ พิการนี้อาจมีทั้งความพิการที่เกิดขึ้นอย่างถาวรและความพิการชั่วคราว

3. ฐานะทางเศรษฐกิจ โดยผู้ที่มีฐานะดีก็มีโอกาสในการเข้าถึงสื่อและข้อมูลข่าวสารได้มากกว่า ทั้งการจัดหาหรือซื้ออุปกรณ์ที่ทันสมัย การสมัครสมาชิกหรือซื้อบริการเสริมเพื่อให้ได้รับบริการข้อมูล ข่าวสารที่มากขึ้น และการที่สื่อมุ่งเน้นการมีเนื้อหาที่ตอบสนองต่อสังคมของผู้มีฐานะทางการเงิน ปัจจัย ทั้ง 2 ด้านนี้ต่างก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้

4. ความสามารถในการรู้-การใช้เทคโนโลยี ผู้ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นก็จะได้เปรียบคนที่ไม่มีความ เข้าใจหรือไม่สามารถใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์ได้ ในขณะที่ผู้ที่มีข้อจำกัดนี้ เช่น คนพิการ ผู้สูงอายุ ผู้ที่ได้รับการศึกษาน้อย ฯลฯ ซึ่งกลุ่มชายขอบมักขาดโอกาสด้านการเรียนรู้ด้านนี้โดยพื้นฐานอยู่แล้ว

เมื่อไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ก็ยิ่งทำให้ไม่สามารถเรียนรู้เพิ่มเติมได้

ประเทศไทยตอบสนองกับรูปแบบสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ ให้ความสำคัญด้านสิทธิในการสื่อสารและกระบวนการปฏิรูปสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยมีหลักการว่า คนทุกคนในฐานะพลเมืองของประเทศย่อมได้รับการรับรองสิทธิขั้นพื้นฐาน ในการตีความสิทธิจึงต้องพิจารณาสิทธิในการสื่อสารและสิทธิการได้รับข้อมูลข่าวสาร โดยเน้นการส่งเสริมให้คนมีความรู้ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพในการดำรงชีวิตในสังคมอย่างเท่าเทียมกัน ในทางปฏิบัติจึงต้องมีบทบาทของการดำเนินการผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมในสังคม ดังนี้

1. การได้รับข่าว เหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งสื่อได้นำเสนอประเด็น และแสวงหาเหตุการณ์ ข้อเท็จจริงที่เชื่อว่าประชาชนจะให้ความสนใจ นำมารวบรวม คัดเลือก และเผยแพร่สู่ประชาชน เช่น ข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวอุบัติเหตุ ข่าวอาชญากรรม ฯลฯ ทั้งนี้ ความรับผิดชอบของการเสนอข่าวเป็นของสื่อมวลชน และการประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองเป็นความรับผิดชอบของผู้รับสารแต่ละคน อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีสื่อสารมวลชนชี้ว่า ข่าวคือการนำเสนอเหตุการณ์และข้อเท็จจริง โดยไม่แทรกความคิดเห็น ซึ่งอาจขึ้นทำให้เกิดความโน้มเอียงของข่าว และการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในเรื่องของความเชื่อทัศนคติ ให้เกิดความคล้อยตาม รวมทั้งมีความต้องการใช้อารมณ์ความรู้สึกให้เกิดการมีส่วนร่วมในข่าว เหตุการณ์ หรือข้อเท็จจริงนั้น ซึ่งจะส่งผลต่อความนิยมเชิงปริมาณ เชื่อมโยงไปสู่ความสำเร็จทางเศรษฐศาสตร์และการเมืองได้

2. การแสดงความคิดเห็นผ่านสื่อ ซึ่งเป็นหลักการพื้นฐานของสังคมที่มีความเคารพในความแตกต่างหลากหลาย และส่งเสริมความเท่าเทียมในการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่ประชาชนมีสิทธิที่จะแสดงความคิดเห็นในเรื่องราวต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อบุคคลและสังคม สื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์มีฐานะเป็นองค์กรเผยแพร่ข่าวสารและได้เข้ามามีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นแทนประชาชนในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ ในขณะเดียวกันก็ต้องเปิดช่องทางให้ประชาชนหรือตัวแทนของประชาชนภาคส่วนต่างๆ ได้มีโอกาสในการสื่อสารความคิดเห็นไปในวงกว้าง เช่น การเชิญเข้าร่วมรายการการโทรศัพท์สัมภาษณ์ การเปิดสายโทรศัพท์สำหรับบุคคลทั่วไป (Phone-in) การเปิดให้ส่งข้อความหรือ การสื่อสารทางอ้อม คือ การโทรศัพท์ การส่งจดหมาย การส่ง E-mail ที่ไม่ได้ออกอากาศสดทันทีหรือการที่สื่อสารสาธารณะเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มาเป็นนักข่าวสมัครเล่น ผู้จัดการรายการ เพื่อการส่งเสริมการแสดงออกทางความเห็นด้วย โดยมีจุดมุ่งหมายในเชิงสร้างสรรค์ โน้มน้าวจิตใจ ชี้นำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม ประเด็นความคิดเห็นส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องที่มีผลกระทบในวงกว้าง เช่น ทางสังคม การเมือง สิทธิ เสรีภาพของประชาชน คนพิการ อย่างไรก็ตาม หากสื่อไม่มีความรับผิดชอบต่อสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์อาจเสนอความคิดเห็นด้านเดียว ทำให้เกิดความโน้มเอียงในการชี้นำสังคมได้

3. การได้รับการศึกษาผ่านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยการรับข้อมูล ข่าวสาร ที่เป็นความรู้ในด้านวิชาการเฉพาะสาขาและความรู้ทั่วไป ซึ่งมีทั้งรูปแบบของการศึกษาทางตรง เช่น รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของสถาบันการศึกษาต่างๆ และการเรียนรู้จากระบบ เช่น รายการสารคดีที่ให้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ การเกษตร อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม ทั้งนี้ ต้องมุ่งเน้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพัฒนาคุณภาพชีวิตไปในทางที่ดีขึ้น

4. การได้รับความบันเทิง เป็นการตอบสนองความต้องการที่จะได้รับความบันเทิงเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ผ่อนคลายความเครียดในชีวิตประจำวันของผู้รับสื่อ ซึ่งมีอย่างน้อยแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ สื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ส่วนใหญ่เกิดขึ้นแยกเป็นประเภทรายการต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายดังกล่าว เช่น กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์เพื่อบริการสาธารณะ จะมุ่งเน้นข้อมูลข่าวสาร ในขณะที่กิจการทางธุรกิจ มุ่งเน้นความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เช่น ละคร เกมโชว์ ภาพยนตร์ เพลง เป็นต้น ทั้งนี้ ในกรณีที่กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ไม่มีความรับผิดชอบในด้านนี้อาจทำให้ไม่มีข้อจำกัดในการนำเสนอความบันเทิงที่เกินขอบเขต และไม่ส่งผลต่อประโยชน์ด้านอื่นๆ หรือทำให้เกิดผลเสียได้

อนึ่ง ในเรื่องการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารจากหนังสือกระดาษเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ความสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์อยู่ที่ตัวช่องทาง (Channel) หรือเทคโนโลยี แต่แท้ที่จริงแล้วหัวใจของการบริโภค คือ การรับรู้ ความเข้าใจ และการใช้ประโยชน์จากข้อมูล ข่าวสาร ความคิดเห็น การศึกษา หรือความบันเทิงที่มากับสาร (Message) นั้นเสียมากกว่า

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

การวิเคราะห์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง จำเป็นต้องมุ่งเน้นการนำหลักความพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน เงื่อนไข “ความรู้” และ “คุณธรรม” มาใช้ตีความ ดังนี้

1. หลักความพอประมาณ โดยพิจารณาได้ว่า ภาครัฐ จะต้องมีความพอประมาณ บังคับใช้กฎหมายเท่าที่จำเป็น มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างในสิทธิความเท่าเทียมกัน โดยการประชุม สัมมนา เปิดรับฟังความคิดเห็น การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรฐานต่างๆ จะทำให้เกิดการดำเนินการที่ตอบสนองต่อความต้องการและเป็นประโยชน์แก่ประชาชน

ภาคผู้ประกอบการ จะต้องมีความพอประมาณ เพื่อให้มีการรอบคอบในเรื่องของความรับผิดชอบต่อ แม้ว่า การประกอบกิจการของกิจการบางประเภทจะมุ่งเน้นไปเพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจ การมุ่งให้มี

ผู้ชมมาก นำมาซึ่งรายได้จากการโฆษณาหรืออื่น ๆ แต่ก็จำเป็นต้องมีความพอประมาณ ไม่มากเกินไปจนทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อผู้บริโภค ทั้งในเชิงการทำให้ถูกต้องตามกฎหมาย (ที่สมเหตุสมผลและพอประมาณ) และมาตรฐานทางจริยธรรม

ภาคประชาชน การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารต้องมีความพอประมาณ โดยพอประมาณกับระยะเวลา เวลาต้องไม่มากเกินไปจนเกินไปตามสมควรของแต่ละบุคคล พอประมาณกับสถานที่และช่วงเวลา โดยโดยตรงการรับข้อมูลข่าวสารตามกาลเทศะที่เหมาะสม พอประมาณกับกำลังทรัพย์ ไม่ซื้อหาอุปกรณ์ที่เกินความต้องการจะใช้งานในการรับสื่อและค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการรับสื่อ

2. หลักความมีเหตุผล ได้แก่ การพิจารณาถึงจุดมุ่งหมายของสื่อ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อเป็นการนำความคิดต่าง ๆ มากับสารด้วย ซึ่งเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารที่ตอกย้ำ ซ้ำบ่อยๆ ก็ทำให้เกิดการเชื่อ หรือคล้อยตาม เช่น มายาคติที่นำภาพความสวยงามที่ต้องขาวและผอม หล่อหลอมเป็นภาพที่ให้สังคมให้คุณค่ากับมายาคตินั้น ผู้รับสื่อจึงต้องมีเหตุผลเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสาร

3. หลักภูมิคุ้มกัน ทั้งสามภาคส่วนจะต้องมุ่งเข้าใจว่า เมื่อสามารถเข้าถึงสื่ออย่างพอประมาณ และใช้วิจารณ์อย่างมีเหตุผลกับการรับข้อมูลข่าวสาร ก็จะต้องสร้างภูมิคุ้มกันด้วยการมีส่วนร่วม กับสื่อหรือผู้ส่งสาร เพื่อปกป้อง คุ้มครองผู้บริโภคฯ ได้ โดยมีระดับของการมีส่วนร่วมตั้งแต่ การเป็นผู้ชม-ผู้ฟัง การแสดงความคิดเห็นต่อสารหรือการดำเนินการของผู้สื่อสาร การร้องเรียนต่อหน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแล การเข้าร่วมรายการหรือการมีส่วนร่วมโดยการเป็นผู้ผลิตรายการ/ผู้สื่อสาร และการมีส่วนร่วมในการบริหารสื่อหรือระบบการสื่อสารในภาพรวม

4. เงื่อนไขความรู้ ในการเข้าถึงสื่อทั้งหมดด้วยความพอประมาณก็ดี หรือมีทักษะในการมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกัน ต่างก็ต้องมีพื้นฐานจากความรู้ทั้งสิ้น

5. เงื่อนไขคุณธรรม โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมอย่างมีคุณธรรม ความรับผิดชอบ ทั้งตามกฎหมาย และหลักจริยธรรม คุณธรรมต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคผู้ประกอบการ และภาคประชาชน โดยปรับใช้ความรู้ด้านความรับผิดชอบต่อให้เกิดการนำไปใช้และการมีส่วนร่วมโดยการสื่อสารตอบกลับอย่างมีคุณธรรม ไม่ละเมิดผู้อื่น ไม่เป็น “เกรียนไทย” ในสื่อระดับนานาชาติ หรือการมีคุณธรรมในการใช้ให้เกิดประโยชน์แก่การพัฒนาสังคมเพิ่มเติมขึ้นด้วย

นอกจากนี้ เมื่อนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าวมาผูกโยงเข้ากับการคุ้มครองผู้บริโภค ในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ โดยใช้แนวคิดการส่งเสริมการดำเนินการที่เกิดประโยชน์เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ตามกรอบแนวคิดของ กิริติ บุญเจือ (2546) จะพบว่ามีหลักพิจารณาอยู่ด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. การสร้างสรรค์ (Creativity) โดยเป็นการสร้างสรรค์ทั้งในเชิงนวัตกรรมของเทคโนโลยีที่เป็นเครื่องช่วยให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ ภายใต้หลักคิดของการเป็น “เครื่องช่วย” หรือ “เครื่องลดข้อจำกัด” บางประการ นอกจากนี้ สื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ยังถือเป็นงานสร้างสรรค์ในเชิงเนื้อหาหรือข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารในมุมมองทางสังคม ซึ่งต้องมีการสร้างสรรค์ให้เกิดข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ทั้งต่อสังคมในภาพรวมบนพื้นฐานความรับผิดชอบ และต่อคนที่มีความต้องการเป็นการเฉพาะที่มีความต้องการแตกต่างกันหลากหลาย

2. การปรับตัว (Adaptivity) เมื่อคนมีช่องทางและเทคโนโลยีในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารแล้วทุกภาคส่วนก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับสังคมของข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานภาครัฐต้องมีความเข้าใจและตอบสนองต่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เกิดการกำหนดนโยบายและดำเนินการส่งเสริมเท่าที่เหมาะสม ผู้ประกอบกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ก็ต้องเข้าใจ ปรับใช้เทคโนโลยี สร้างสรรค์เนื้อหาทั้งในภาพรวมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค มีความรับผิดชอบต่อสังคม และเปิดพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ส่วนคนรับสื่อ/สารเองต้องใช้เทคโนโลยีอย่างพอเหมาะพอควร ในขณะเดียวกันก็แสวงหาปริมาณที่เหมาะสม มีความรู้เท่าทัน สามารถวิเคราะห์และประเมินประโยชน์ของสื่อต่อตนเองได้ เพื่อให้เกิดการประยุกต์ใช้ให้เป็นคุณ ลดทอนโทษ หรือเมื่อได้รับโทษก็ต้องปรับตัวให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสม

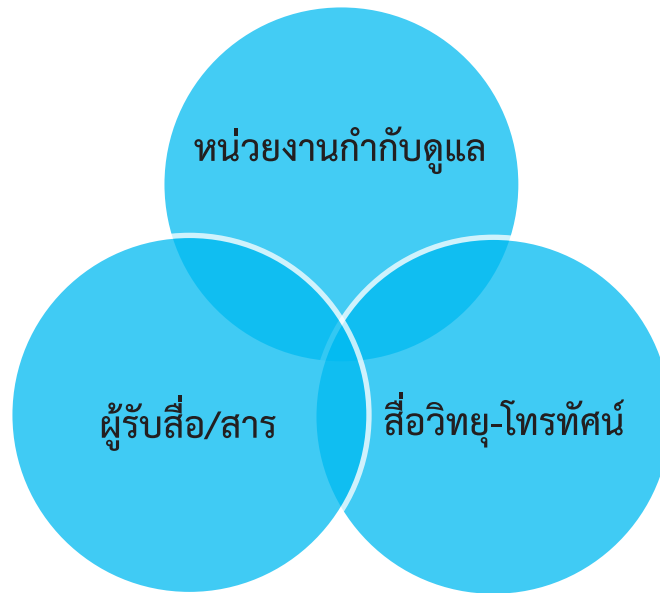
3. การร่วมมือ (Collaboration) การส่งเสริมสิ่งใดก็ตามต้องเกิดจากความร่วมมือเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและจัดอุปสรรค ปัญหา จากภาคส่วนต่างๆ เพื่อการสร้างสรรค์ตามความเหมาะสม และเกิดความรู้ความเข้าใจให้เกิดการเตรียมการเพื่อปรับตัว ซึ่งเป็นหลักสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4. การแสวงหา (Requisivity) โดยอยู่บนพื้นฐานที่เชื่อว่า ปัญญาของมนุษย์มีศักยภาพที่จะคิดเข้าใจถึงโลก จึงต้องการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้นไปเรื่อยๆ นั้นหมายความว่า การส่งเสริมให้คนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อได้ เป็นเรื่องที่มีพลวัต ไม่หยุดนิ่ง เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมตามพื้นที่ความต้องการ และประโยชน์ของบุคคลที่มีความแตกต่าง หลากหลาย รวมทั้งเวลาที่เปลี่ยนไปด้วย

ข้อเสนอแนะ

หลักการทั้ง 4 ได้สนับสนุนการจัดการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งจัดสรรทรัพยากรโดยการเลือกรูปแบบการแบ่งสรรอย่างไม่เท่ากัน เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งถึงแม้จะมีจำนวนมากที่สุดแต่มีอำนาจน้อยที่สุดในสังคมได้รับประโยชน์จากกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลอย่าง

เท่าเทียมกัน โดยที่ทุกภาคส่วน ตั้งแต่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน จะต้องมีความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อการคุ้มครองผู้บริโภคนี้ ดังต่อไปนี้



1. หน่วยงานกำกับดูแล จะต้องมุ่งเน้นการบังคับใช้กฎหมายเท่าที่จำเป็น มุ่งเน้นการสร้าง ความตระหนัก ในสิทธิความเท่าเทียมกัน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการกำหนดกฎระเบียบ และมาตรฐานต่างๆ จะทำให้เกิดการดำเนินการที่ตอบสนองต่อความต้องการและเป็นประโยชน์แก่ ประชาชนของประเทศไทย

1.1 สิทธิการได้รับข้อมูลข่าวสารครบถ้วนเพียงพอต่อการตัดสินใจ โดยข้อมูลนั้นต้องเป็น ข้อมูลที่เป็นจริง ไม่ก่อให้เกิดความรำคาญต่อผู้รับสาร การตัดสินใจในแต่ละเรื่องผู้รับสื่อจะต้องได้รับ ข้อมูลข่าวสาร มีสิทธิในการเลือกรับบริการที่มีข้อมูลรอบด้าน

1.2 การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ โดยเฉพาะเนื้อหาที่ส่งเสริมการศึกษา และ การเรียนรู้

1.3 การได้รับความคุ้มครองในข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค เช่น การทำสัญญาต่างๆ ผู้ประกอบการต้องเก็บข้อมูลของผู้บริโภคไว้เป็นความลับความเป็นส่วนตัว ของการบริโภคต้องได้รับความคุ้มครอง

1.4 การมีโอกาสในการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการบริหารจัดการข้อมูลข่าวสาร ทั้งในระดับของการมีส่วนร่วมกับสื่อเอง หรือกับการกำหนดนโยบายด้านสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง

1.5 การมีช่องทางร้องเรียนและได้รับการเยียวยาความเสียหายเมื่อได้รับความเสียหาย โดยเมื่อได้รับความเสียหายจากสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ข้างต้น

2. ผู้รับสื่อ/สารมีความหลากหลาย และต้องการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น จะต้องมีการบริหารจัดการด้วยความเข้าใจและพัฒนาให้เกิดสื่อในรูปแบบต่างๆ ที่จะตอบสนองความต้องการที่แตกต่างเหล่านั้นได้ ธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนต้องการความสุข และต่างมุ่งแสวงหาวิถีการดำรงชีวิตให้พบความสุขได้ สมรรถนะคิดเป็นส่วนสำคัญเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในระดับนี้ เพราะสมรรถนะคิดจะช่วยให้คนเราได้ใช้วิจารณ์ญาณเพื่อมองให้เห็นปัญหาและความทุกข์ พิจารณาทางเลือกอย่างรอบด้าน และหาคำตอบให้มากที่สุดเพื่อจะได้ตัดสินใจเลือกกระทำการได้อย่างเข้มแข็ง โดยพิจารณาทุกสิ่งตามความเป็นจริง ตนเองเป็นใคร และอะไรคือสิ่งที่ตนเองต้องการ รวมทั้งเข้าใจสภาพสังคม สิ่งแวดล้อมที่ตนเองดำรงชีวิต และสามารถนำข้อมูลที่มีอยู่มาประกอบการคิดและตัดสินใจเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนได้ตามจารีต ประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของชาติได้

3. สื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ ควรปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบตามกรอบของกฎหมาย และมาตรฐานทางจริยธรรม รวมทั้งเปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์อย่างพอเพียงและเหมาะสม หากข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงผ่านทางสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ ไม่มีข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการแสวงหาคำตอบต่างๆ เพื่อประกอบการดำรงชีวิต ก็ย่อมจะไม่เกิดประโยชน์กับมนุษยชาติ และไม่สามารถนำไปสู่ความสุขอย่างแท้จริง ดังนั้นสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์ต้องมีส่วนช่วยบริการสาธารณะนี้ ทั้งในเชิงการให้ข้อมูลหรือการส่งเสริมสมรรถนะคิดอันเป็นผลของการสื่อสารในระดับปัจเจกเป็นลำดับแรก โดยการนำเสนอเนื้อหาที่ชวนให้ผู้รับสื่อคิดตัดสินใจ และนำไปลงมือปฏิบัติจริงในชีวิตประจำวัน ซึ่งย่อมจะได้เรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพชีวิตตามลักษณะจำเพาะของตนที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในยุคข่าวสาร ข้อมูลนี้ได้อย่างมีความสุข จากนั้น จึงขยายผลของการสื่อสารในระดับสังคม ประเทศและนานาชาติ เพื่อการเป็นสังคมที่ความแตกต่างหลากหลายสามารถอยู่ร่วมกันได้

บทสรุป

บทความนี้ได้ชี้ให้เห็นว่า ไม่ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารจะมีความสำคัญ และมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ดี การพัฒนาดังกล่าวเป็นการพัฒนาเพียงตัวเทคโนโลยี ดังนั้น จึงไม่ได้มุ่งความสำคัญต่อการใช้ประโยชน์ในมิติอื่น ดังนั้น เพื่อให้เกิดการคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ ได้อย่างแท้จริง ไม่ว่าเทคโนโลยีจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม ย่อมจะต้องใช้แนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนใน 2 มิติ ทั้งในเชิงเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสาร โดยข้อมูลข่าวสารของสื่อกระจายเสียงและโทรทัศน์เกิดประโยชน์แก่ประชาชน พลเมือง ผ่านการนำเสนออย่างมีความรับผิดชอบ

การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยให้ประชาชน พลเมืองสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านกิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยประชาชนเองได้เรียนรู้และปรับตัวให้มีความสามารถในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนั้นๆ ได้ อย่างไรก็ตาม หากเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับสื่อบริโภคไม่ได้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิต รวมถึงการส่งเสริมเทคโนโลยีสารสนเทศที่ขาดความเข้าใจในเสริมสร้างความเท่าเทียม และแนวคิดการออกแบบสำหรับทุกคน (Universal Design) เทคโนโลยีสารสนเทศนั้นก็ยังคงสร้างข้อจำกัดในการใช้ประโยชน์ที่จะให้ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้เพราะขาดเทคโนโลยีสื่อสาร

ทุกภาคส่วนจึงควรมองเห็นความสำคัญของปัญหาเชิงแนวคิดที่จะกำหนดไปสู่การปฏิบัติ นั่นคือ จะต้องมุ่งให้เกิดประโยชน์และคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยการนำไปสู่การปฏิบัติเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วน หน่วยงานกำกับดูแลผู้ประกอบการ/สถานี รวมไปถึงประชาชน พลเมือง ผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์เอง ได้ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในระดับต่างๆ เพื่อให้เกิดเป็นสังคมที่อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข

บรรณานุกรม

- กิติมา สุรสนธิ. (2542). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กิริติ บุญเจือ. (2546). *เริ่มรู้จักปรัชญา เล่ม 1 ในชุด ปรัชญาและศาสนาเซนต์จอห์น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- กิริติ บุญเจือ. ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสาร อปท. ตอนที่ 13. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2558 จาก <https://thamdimisukh.wordpress.com/>
- จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2551). *คำปรารภ ใน คำพอสอน ประมวลพระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพระดาบส
- ตรี บุญเจือ. (2558). คนพิการกับการเข้าถึงเทคโนโลยีสื่อสารด้านการกระจายเสียงและโทรทัศน์ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต: การศึกษาเชิงวิเคราะห์ วิจัย และวิธาน. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ไทยยุโรป.เน็ต. แนวโน้มนโยบายการคุ้มครองผู้บริโภคของ EU ปี 2551. สืบค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2559 จาก <http://www2.thaieurope.net/แนวโน้มนโยบายการคุ้มครอง/>
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2558). 100 เรื่องน่ารู้ ผู้บริโภคสื่อวิทยุ – โทรทัศน์, เอกสารเผยแพร่ของหน่วยงาน
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 11 (2555 – 2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2558 จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395>
- สุทธาสินี จิตรกรมไทย. (2550, มีนาคม 26) สหประชาชาติ กับ เศรษฐกิจพอเพียงของในหลวง. *มติชน*, 30 (10607)
- Heidegger, M. (1977). *The question concerning technology and other essays*. (Lovitt, W., Trans). New York: Harper & Row.
- Michael O'Shaughnessy & Jane Stadler. 2002. *Media and Society*. Oxford University Press. Second edition.

UNESCO. (2012). Towards a sufficiency economy: a new ethical paradigm for sustainability.
Retrieved from <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/themes/anticipation-and-foresight/unesco-future-lectures/towards-a-sufficiency-economy>.