

ตามรอย “สื่อทางเลือก” อันหลากหลายในเมืองไทย

The Trail of Alternative Media in Thailand

จิรภัทร กิตติวารากุล

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ

E-mail: Jirapat11@gmail.com

บทคัดย่อ

ในบทความนี้ผู้เขียนได้ประมวลจากประวัติศาสตร์การใช้สื่อทางเลือกในประเทศไทย พบว่าสื่อทางเลือกสามารถจัดกลุ่มได้ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อทางเลือกเชิงเนื้อหา สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ และสื่อทางเลือกเพื่อสังคม ซึ่งล้วนมีความเหมือนกันในประเด็นของ “ความเป็นทางเลือก” ที่เน้นความแตกต่างทางรูปแบบหรือเนื้อหาที่สื่อกระแสหลักตอบสนองให้ไม่ได้ และต่างก็เป็น “การสื่อสารเพื่อภาคประชาชน” ด้วยกันทั้งสิ้น ทั้งนี้มีความแตกต่างกันในด้านเป้าหมายอย่างชัดเจน กล่าวคือ “สื่อทางเลือกเชิงเนื้อหา” นั้น เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ผลิตเป็นหลัก ไม่ได้หวังผลกำไร และไม่ได้หวังจะเปลี่ยนแปลงทางสังคม ต่างกับ “สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ” ที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเป้าหมายเป็นผลตอบแทนทางธุรกิจ ซึ่งผู้เขียนพบว่ามี 3 ลักษณะคือ สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจที่มีเจตนาทำเป็นธุรกิจตั้งแต่แรก สื่อทางเลือกเชิงเนื้อหาที่ได้รับความนิยมสูงจนพัฒนามาเป็นสื่อทางเลือกเชิงธุรกิจได้ในที่สุด และกลุ่มธุรกิจสื่อกระแสหลักที่หันมาจับธุรกิจสื่อทางเลือก เพื่อเพิ่มสายงานผลิตให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายให้กว้างขึ้นนั่นเอง สำหรับ “สื่อทางเลือกเพื่อสังคม” นั้น ก็มีเป้าหมายที่จะเปลี่ยนแปลงสังคมให้เป็นไปในทางใดทางหนึ่งเป็นสำคัญ ซึ่งผู้เขียนพบว่าสื่อทางเลือกเพื่อสังคมมี 2 ลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่ “สื่อภาคประชาชน” ซึ่งหมายถึง สื่อที่นอกจากจะมีผู้ผลิตเป็นภาคประชาชนแล้ว ก็ยังมีเป้าหมายในการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชนหรือชุมชนเป็นหลัก จากประวัติศาสตร์การใช้สื่อของภาคประชาชน พบว่าสื่อนี้มีชื่อเรียกที่หลากหลาย ต่างกันไปตามยุคสมัย คือ สื่อนอกกระแส สื่อชุมชน สื่อภาคประชาสังคม และสื่อพลเมือง อีกลักษณะหนึ่ง ได้แก่ “สื่อสาธารณะ” อันหมายถึง สื่อที่ผู้ผลิตจะเป็นภาคประชาชนหรือภาคส่วนอื่นใดในสังคมก็ได้ หากแต่มีเป้าหมายในการทำเพื่อประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ หรือสาธารณชนเป็นสำคัญ ซึ่งก็คือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสในเมืองไทยนั่นเอง

คำสำคัญ: สื่อทางเลือก สื่อชุมชน สื่อภาคประชาชน สื่อพลเมือง สื่อสาธารณะ สื่อนอกกระแส

ABSTRACT

In this article, the histories of alternative media in Thailand have been studied and found 3 distinctive categories which are the media for alternative content, for business use, and for social change activities. However, the all three categories based on common ground of the alternativity. Moreover, they are not only emphasized in alternative form/content which cannot be provided by the mainstream media but also run by people sector.

Furthermore, each media has its own goal distinctly. the media for alternative content aims to serve purposes of one who created, goal for nonprofit, and not for social change affect. Contrary, the alternative media for business use intends to earn their benefits. In this point, the alternative media for business use includes 3 types categorized; 1) the media designed for business, 2) the media transformed from the alternative media for alternative form/content since it becomes high succeed, and 3) the media has been expanded by the mainstream owner in order to cover more its audiences. Differently, the media for social change activities targets to has results of changing in society in either way. Additionally, it can be distinguished in 2 types; the citizen media and the public media. The citizen media means the media which is run by people sector in certain society and makes benefits for their community. It is found in various name; independence media, community media, civic media and citizen reporter. Meanwhile, the public media refers to the media which has been created by the local citizen or other sectors in the society who set achievements for public sake. Thai PBS channel (Thai television station) is a Thailand public media, for example.

KEYWORDS: Alternative Media, Community Media, Civic Media, Citizen Reporter, Public Media, Independence Media

บทนำ

ยูเนสโก (UNESCO) นิยาม “สื่อทางเลือก” ว่าหมายถึง โครงสร้างการสื่อสารและแนวปฏิบัติที่ถูกสร้างเพิ่มเติม เนื่องจากสื่อกระแสหลักไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนบางกลุ่มได้ (Lewis, 1993) จึงเกิดสื่อทางเลือกขึ้นอย่างมากมาเพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของภาคประชาชน

สื่อทางเลือกในยุคแรกเริ่มปรากฏในเมืองไทยนั้น ส่วนใหญ่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้กับอำนาจทางการเมือง นับเป็นช่องทางในการแสดงพลังของภาคประชาชนได้อย่างชัดเจน เช่น สื่อนอกกระแสในสมัยเหตุการณ์ตุลาคม พ.ศ. 2516 และสื่อภาคประชาสังคม ในสมัยที่เหตุการณ์ทางการเมืองไทยแบ่งเป็นกลุ่มเสื้อสีเหลือง และกลุ่มเสื้อสีแดง ในช่วง พ.ศ. 2548 เป็นต้น

ต่อมาในยุคหลังรัฐธรรมนูญฯ ฉบับปี พ.ศ. 2540 ที่ส่งเสริมการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม สื่อทางเลือกก็ได้กลายเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารของผู้ไร้เสียง (Voice of the Voiceless) นั่นคือ ผู้ที่ไม่มีโอกาสในการเป็นผู้สื่อสารในสื่อกระแสหลัก ได้ก้าวมาเป็นผู้สื่อสารในสื่อทางเลือก โดยเฉพาะการได้สื่อสารเรื่องราวของตัวเอง ก็ทำให้สังคมได้รับรู้ข้อมูลที่ไม่เคยรู้มาก่อน อันทำให้เกิดความเข้าใจกันในสังคมมากขึ้น เช่น การสื่อสารผ่านวิทยุชุมชนในช่วงแห่งการปฏิรูปสื่อภาคประชาชน หรือการสื่อสารในรูปแบบของสื่อพลเมืองหรือนักข่าวพลเมือง เป็นต้น

ก้าวมาจนถึงสมัยยุคการสื่อสารดิจิทัลที่เทคโนโลยีการสื่อสารที่เข้าถึงง่าย ทั้งด้านราคาและการใช้งาน ประชาชนจึงสามารถเป็นทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้บริโภคสื่อได้อย่างรวดเร็วในคราวเดียวกัน ประชาชน

จำนวนมากได้ก้าวมาเป็น “ผู้ผลิตสื่อ” นับเป็นยุคสมัยที่ประชาชนมีอิสระในการแสดงออกมากขึ้น สื่อทางเลือกรูปแบบหนึ่งที่พบเจอได้บ่อยในยุคนี้คือสื่อทางเลือกที่เน้นนำเสนอความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตสื่อเป็นสำคัญ ไม่หวังผลตอบแทนในรูปแบบอื่น เช่น รายการที่เผยแพร่ในยูทูป (YouTube) ที่ผู้ผลิตทำเพื่อความสนุก หรือทำเพราะอยากแสดงออกถึงแนวคิดส่วนตัวบางอย่างเท่านั้น เป็นต้น

นอกจากนี้ สื่อใหม่ในยุคดิจิทัลที่ว่าเข้าถึงง่ายขึ้น ก็เป็นโอกาสให้ประชาชนหลายกลุ่มใช้เป็นช่องทางในการทำธุรกิจสื่อทางเลือกอย่างจริงจังขึ้นมา ทำให้สังคมมีโอกาสเปิดรับสื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม

บทความนี้ ผู้เขียนได้วิเคราะห์สถานการณ์สื่อทางเลือกในเมืองไทยโดยตามรอยประวัติศาสตร์พบว่า สื่อทางเลือกนับเป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งช่วยให้ภาคประชาชนขับเคลื่อนวาระต่างๆ ในสังคมได้ประสบความสำเร็จมาหลายยุคหลายสมัย และมีหลากหลายชื่อเรียก อาทิ สื่อชุมชน สื่อภาคประชาสังคม สื่อนอกกระแส สื่อพลเมือง สื่อสาธารณะ เป็นต้น และก็ยังมียุคสมัยที่เกื้อหนุนใหม่ แต่ยังไม่ถูกขนานนามอีกด้วย ในกรณีนี้ ผู้เขียนจึงได้ศึกษาที่มาและพัฒนาการของสื่อทางเลือกแต่ละชื่อเรียก รวมถึงขนานนามให้สื่อทางเลือกที่เกิดขึ้นใหม่ในยุคดิจิทัลและจัดหมวดหมู่ตามเป้าหมายการใช้สื่อ พบว่ามี 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ (1) สื่อทางเลือกด้านเนื้อหา (2) สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ และ (3) สื่อทางเลือกเพื่อสังคม โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. สื่อทางเลือกด้านเนื้อหา

สื่อทางเลือกด้านเนื้อหา (Alternative Media in Content) หมายถึง สื่อที่ต้องการนำเสนอรูปแบบหรือเนื้อหาที่แตกต่างไปจากสื่อกระแสหลักเท่านั้น และไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลงสังคม รวมถึงมิได้แสวงหาผลกำไรทางธุรกิจด้วยเช่นกัน

หากเพียงต้องการให้ผู้รับสารมีโอกาสได้เลือกรับ “รูปแบบหรือเนื้อหาที่แตกต่างไปจากท้องตลาดเท่านั้น” เช่น แม่บ้านเกาหลีสายหนึ่งมีลูกสาวที่น่ารักชื่อ เยริน (Yerin) เมื่อปี ค.ศ. 2010 เธอเริ่มอัปโหลด (Upload) วิดีโอของลูกสาวลงทางยูทูป (YouTube) เพื่อส่งให้คนในครอบครัวได้เห็น และชื่นชมหลานเท่านั้น แต่ด้วยความน่ารักของหนูเยรินทำให้วิดีโอของเธอ มีผู้เข้าชมสูงถึงหลักล้านอย่างรวดเร็ว เป็นต้น จึงจะเห็นได้ว่า วิดีโอของหนูเยรินในช่วงแรกๆ นั้น นับเป็นสื่อทางเลือกด้านเนื้อหาอย่างแท้จริง เนื่องจาก ไม่ได้ต้องการทำเพื่อแสวงหารายได้ และเนื้อหาของเด็กที่น่ารักไร้เดียงสา นำเสนอเป็นตอนสั้นๆ ก็เป็นเนื้อหาที่สร้างรอยยิ้มและความสุขแก่ภาคประชาชนคนดูที่ได้รับชม ไม่ใช่การขับเคลื่อนหรือเปลี่ยนแปลงสังคมแต่อย่างใดนั่นเอง

นอกจากสื่อทางเลือกเชิงเนื้อหา จะนำเสนอ “เนื้อหาที่แตกต่าง” แล้ว ก็ยังมีการนำเสนอใน “รูปแบบที่แตกต่าง” อีกด้วย บางสื่อก็นำเสนอในแง่มุมที่อาจจะผิดจริยธรรมหรือจรรยาบรรณของสื่อมวลชนไปบ้าง กลายเป็นความแหวกแนว แปลกตา และถูกใจผู้รับสารหลายกลุ่ม เช่น การพูดจาหยาบค้าย การสอดแทรกมุขตลกลามก การแต่งตัวล่อแหลมในรายการ หรือการจัดฉากหรือสภาวะแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมอย่างการทำอาหารในสถานที่ที่ไม่สะอาด ผิดหลักอนามัย เป็นต้น ตัวอย่างที่โดดเด่นรายการหนึ่งในเมืองไทยที่เข้าข่ายนี้ก็คือ “รายการครัวกากๆ” เมื่อปี พ.ศ. 2554 รายการครัวกากๆ ตอนแรกได้ถูกอัปโหลดขึ้นยูทูปมีชื่อตอนว่า “ข้าวผัดอเมริกัน” มีคำอธิบายใต้วิดีโอจากทีมผู้ผลิตรายการว่า “รายการอาหารรายการแรกของเรา ทำอาหารกากๆ โดยคนกากๆ สถานที่กากๆ พูดจากากๆ หวังว่าจะเป็นที่ชื่นชมนะครับ” (เซฟหมี่, 2554) ซึ่งรายการนี้มีองค์ประกอบขัดกับรายการทำอาหารทั่วไปอย่างสิ้นเชิง แต่สิ่งเหล่านี้เองที่เป็นตัวดึงดูดให้คนเข้ามาติดตามอย่างล้นหลาม ด้วยลีลาของ เซฟหมี่ พิธีกรและแขกรับเชิญ

ที่มาสร้างสีสันอย่างน่าขำขัน วัตถุประสงค์เครื่องปรุงตามมีตามเกิด วิธีการปรุงอาหารสุดพิสดาร ทั้งหมดนี้ทำให้รายการออกมาในแนวตลกขำขันซึ่งคนไทยชื่นชอบอยู่แล้ว อีกทั้งยังให้ความรู้สึกใกล้ชิดและคุ้นเคยได้ง่าย เพราะสภาพการทำครัวและภาษาที่ใช้ในรายการนั้น เป็นสภาพที่พบเห็นได้จริง และเมื่อผู้คนชื่นชอบก็ทำให้เกิดกระแสการบอกต่อในที่สุด

ผลตอบรับก็คือ คลิปวิดีโอสอนทำอาหารของรายการ “ครัวกากๆ โดยเชฟหมี” ตอนที่ 1 นับตั้งแต่ปล่อยออกมาในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 ถึงวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2554 มีผู้ชมดูไปแล้ว 1,048,861 ครั้ง หรือเฉลี่ยวันละ 9,535.1 คน ชั่วโมงละ 397 คน มีคนชอบ 7,725 คน ไม่ชอบ 82 คน และมีคนแสดงความเห็น (Comment) 2,498 คน (“ครัวกากๆ...”, 2554) นี่จึงจัดเป็นอีกตัวอย่างหนึ่งของสื่อทางเลือกด้านเนื้อหาที่นำเสนอใน “รูปแบบที่แตกต่าง” จากสื่อกระแสหลัก คือแอบพิดหลักสุขอนามัยเล็กน้อยพูดจาไม่สุภาพมากนักและก็ได้ต้องการขับเคลื่อนสังคม หรือแสวงหาผลกำไรแต่อย่างใด

สื่อทางเลือกด้านเนื้อหา นับเป็นสื่อที่เกิดขึ้นในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้า ทำให้ประชาชนที่เคยเป็นเพียงผู้รับสื่อ ได้ก้าวมาเป็นผู้ผลิตสื่อกันมากขึ้น ปรากฏการณ์นี้จึงเอื้อต่อการส่งเสริมอิสรภาพในการแสดงออกของประชาชน ซึ่งไม่ใช่การแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นในสังคม แต่เป็นการแสดงออกด้านความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง ทั้งทางด้านรูปแบบและเนื้อหานั่นเอง

2. สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ

สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ (Alternative Media for Business) นี้ นอกจากจะมีรูปแบบหรือเนื้อหาที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลักแล้วก็ยังไม่พึ่งเป้าหมายทางธุรกิจ หรือการแสวงหารายได้และผลกำไร ทั้งนี้ผลประโยชน์ทางธุรกิจต้องไม่แทรกแซงรูปแบบหรือเนื้อหาของสื่อทางเลือกประเภทนี้ ในการนี้ผู้เขียน

พบว่า “เป้าหมายทางธุรกิจ” มีที่มาหลายรูปแบบ ได้แก่ (1) เคยเป็นสื่อทางเลือกด้านเนื้อหามาก่อนแล้วพัฒนามาเป็นสื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ (2) ผลิตสื่อทางเลือกเชิงธุรกิจเป็นเจตนาแรกเริ่ม และ (3) กลุ่มธุรกิจสื่อกระแสหลักต้องการขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจกรณีแรกคือสื่อทางเลือกที่มีจุดแรกเริ่มเป็น “สื่อทางเลือกด้านเนื้อหา” แล้วได้รับความนิยมสูง จนพัฒนามาเป็น “สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ” ในที่สุด เช่น ในช่วงปี พ.ศ. 2553 นายสุรบถ หลีกภัย มีแนวคิดจากการที่วัยรุ่นในแฟนเพจตั้งกระทู้ปัญหาในเว็บบอร์ด แต่ข้อเสนอแนะในเว็บบอร์ดก็แนะนำไปในทางที่ผิด นายสุรบถจึงเกิดแนวคิดทำรายการ VRZO ขึ้นมา โดยได้รวมตัวกับกลุ่มเพื่อนอีก 4-5 คน และให้ทีมงานหาหนุ่มสาวที่ดูดี 100 คน มาให้สัมภาษณ์ในรายการ และในตอนี่ 4 ของรายการก็ได้สร้างสรรค์เอกลักษณ์ขึ้น คือ การขอให้ผู้ถูกสัมภาษณ์พูดอะไรก็ได้เกี่ยวกับประเด็นที่ถูกถามภายใน 3 พยางค์ จนทำให้วลี “ขอสามคำ” เป็นที่นิยมมาก โดยเฉพาะในกลุ่มสังคมออนไลน์ (VRZO Channel, 2555)

รายการ VRZO ได้รับความนิยมสูงอย่างรวดเร็ว โดยได้รับยอดเข้าชมถึงกว่า 13 ล้านคน หลังจากออกอากาศไปเพียง 20 ตอน ในช่วงแรกนี้ รายการ VRZO จัดเป็นสื่อทางเลือกด้านเนื้อหา ต่อมาเมื่อรายการดำเนินไปได้ระยะหนึ่ง ทีมงานเริ่มตระหนักว่าการทำรายการโดยไม่มีผลตอบแทนนั้น ไม่สามารถเลี้ยงชีพให้ดำรงอยู่ได้ จึงเริ่มหาผู้สนับสนุนรายการ จนกระทั่งมีผู้สนับสนุนติดต่อเข้ามา รายการจึงได้ทำต่อเนื่อง โดยมีรายได้ตอบแทนให้พอเลี้ยงชีพผู้ผลิตได้นับจากนั้นเป็นต้นมา รายการ VRZO จึงได้พัฒนาจากสื่อทางเลือกด้านเนื้อหา มาเป็นสื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ อย่างเต็มตัว

สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจกรณีที่สอง คือสื่อทางเลือกที่ตั้งใจจะทำเป็นธุรกิจตั้งแต่แรกเริ่ม ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน การ

ผลิตสื่อกลายเป็นเรื่องง่าย หลายคนเล็งเห็นว่า “การทำสื่อเป็นช่องทางทางธุรกิจ” จึงหันมาทำสื่อที่ตนเองสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งมีรูปแบบหรือเนื้อหาที่แตกต่างจากสื่ออื่นๆ อันเป็นคุณลักษณะของสื่อทางเลือก โดยหวังผลกำไรทางธุรกิจอีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น

พ.ศ. 2549 สไปเคดาร์คทีวี (Spokedark TV.) เป็นรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ที่มีเนื้อหารายการชัดเจนตรงไปตรงมาและได้รับความนิยมหลายรายการ เช่น เจาะข่าวตื่น โมเมพาเพลิน และ मुखวายเครียด ฯลฯ นับเป็นสื่อออนไลน์ในยุคแรกๆ ผู้ก่อตั้ง คือ วิญญู วงศ์สุรวัฒน์ จรรยา วงศ์สุรวัฒน์ วรชาติ ธรรมวิจิตร นภัสสร บุรณศิริ และ ณัฐพงศ์ เทียนดี กลุ่มผู้ผลิตได้เล่าถึงอุปสรรคแรกเริ่มคือไม่มีต้นทุนในการผลิตมากนัก และเมื่อนำเสนอความคิดเห็นไปที่สถานีโทรทัศน์ซึ่งอิงกับอำนาจรัฐบาล ก็ไม่ได้รับการสนับสนุน ดังนั้นจึงหาช่องทางอื่นคืออินเทอร์เน็ต ที่ลงทุนไม่สูง แต่เข้าถึงคนได้ในวงกว้าง

ปัจจุบัน Spokedark TV. เป็นเว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่มีทั้งรายการโทรทัศน์ บทความ และการตูนมากมาย รวมถึงยังมีช่องทางอื่นให้เลือกเข้าชมได้อีก ได้แก่ ยูทูบ, เฟซบุ๊ก, ภูเก็ตพลัส, อินสตาแกรม, และทวิตเตอร์ รายการส่วนใหญ่ก็ได้รับความนิยมและมีผู้สนับสนุนรายการอย่างต่อเนื่อง Spokedark TV. จึงนับเป็นสื่อทางเลือกที่ริเริ่มมาด้วยความเจตนาของความสร้างสรรค์ที่ไม่ทิ้งผลตอบแทนทางธุรกิจอย่างชัดเจน

ที่มาของสื่อทางเลือกเชิงธุรกิจกรณีสุดท้าย คือ สื่อทางเลือกที่เกิดจากกลุ่มนักธุรกิจของสื่อกระแสหลัก ต้องการขยายฐานกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การทำธุรกิจนั้นจะต้องมีการปรับปรุง หรือพัฒนาสินค้าหรือบริการให้ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลาทั้งเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มขยายไปยังลูกค้าฐานใหม่ เพื่อคงไว้ซึ่งผลกำไรหรือผลประโยชน์ทางธุรกิจ ในธุรกิจสื่อมวลชนก็เช่นกัน กลุ่มนักธุรกิจสื่อกระแสหลักที่เล็งเห็นว่า ผู้อ่าน ผู้ชม ผู้ฟัง เริ่มหันไปนิยมบริโภคสื่อทางเลือกกันมากขึ้น

จึงหันมาผลิตสื่อทางเลือกเพิ่มขึ้นอีก โดยไม่ทิ้งสายการผลิตเดิมที่เป็นสื่อกระแสหลัก เช่น บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) บริษัทที่ทำสื่อกระแสหลักมาแต่เดิม ทั้งสื่อโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และวิทยุกระจายเสียง ได้เล็งเห็นว่า “บล็อก คือ สื่อใหม่ (New Media) ที่เปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารในอดีตอย่างสิ้นเชิง คนเขียนบล็อก สามารถหาหน้าที่เป็นสื่อด้วยตัวเอง ไม่ต้องพึ่งสื่อมวลชน เขาสามารถสื่อสารกันเองในกลุ่มเล็กๆ หรือกลุ่มใหญ่ก็ได้ ถ้าเรื่องไหนเป็นที่ถูกใจผู้อ่านมากๆ คนเขียนบล็อกคนนั้น อาจจะได้ดังได้เพียงชั่วข้ามคืน โดยไม่ต้องอาศัยสื่อหลักช่วยเลย” (บล็อก_กูรู, 2549) บริษัทจึงได้เปิดช่องทาง OK Nation Blog ขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2550 เพื่อให้ผู้ที่สนใจเข้ามาสมัคร และทำบล็อกของตนเองโดยใช้เซิร์ฟเวอร์ของเนชั่นโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ผู้ทำบล็อกเรียกว่า บล็อกเกอร์ (Blogger) และ Blogger จะเก็บบันทึกประจำวันของตนเอง เช่น เรื่องราวที่สนใจ ความชื่นชอบข่าวสาร เหตุการณ์บ้านเมืองครอบครัว ฯลฯ Blogger สามารถนำเสนอบล็อกของตนเอง และสามารถเข้าไปอ่านบล็อกของผู้อื่นได้ตลอด และบล็อกสามารถนำเสนอได้ทั้งข้อความ รูปภาพ วิดีโอคลิป และเสียง (บล็อก_กูรู, 2549)

OK Nation Blog นับเป็นสื่อที่ผสมผสานระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่ออินเทอร์เน็ต มีแนวคิดที่เป็นลักษณะเด่นคือ “ทุกคนเป็นนักข่าวได้” ทำให้ OK Nation Blog มีเอกลักษณ์ในการเป็นบล็อกข่าวไปด้วยในตัวอย่างชัดเจน และ OK Nation ก็ได้รับรางวัล Asian Digital Media Awards จาก IFRA (ซึ่งเป็นสมาคมของสื่อเก่า) เมื่อพฤศจิกายน พ.ศ. 2553 สำหรับส่วนของรายได้นั้น OK Nation Blog ได้ขยายโฆษณาผ่านกลุ่มเนชั่นทั้งหมด (จักรพงษ์ คงมาลัย, 2554) นับเป็นสื่อทางเลือกเชิงธุรกิจตัวอย่างหนึ่ง ที่เกิดจากความต้องการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นของนักธุรกิจในกลุ่มสื่อกระแสหลักนั่นเอง

สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจนี้ นับเป็นสื่อที่เกิดขึ้นในยุคเทคโนโลยีการสื่อสารก้าวหน้าเช่นเดียวกันกับสื่อทางเลือกด้านเนื้อหาคือ ประชาชนที่เคยเป็นเพียงผู้รับสื่อ ได้ก้าวมาเป็นผู้ผลิตสื่อกันมากขึ้น โดยเฉพาะประชาชนกลุ่มที่เล็งเห็นถึง ข้อได้เปรียบของสื่อใหม่ อันเป็นสื่อต้นทุนต่ำ ได้รับความนิยมสูง และมีภาพลักษณ์ทันสมัย ก็ได้ใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในการทำธุรกิจอย่างจริงจัง นับเป็นการใช้สื่อทางเลือกที่ทำให้ประชาชนฝ่ายผู้ผลิตมีโอกาสในการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ และมีผลตอบแทนเป็นรายได้ และฝ่ายผู้รับสื่อก็มีโอกาสได้เปิดรับสื่อที่มีความหลากหลายมากขึ้นอีกด้วย

3. สื่อทางเลือกเพื่อสังคม

สื่อทางเลือกเพื่อสังคม (Alternative Media for Social Change) หมายถึง สื่อที่มีเนื้อหาแตกต่างจากสื่อกระแสหลัก ไม่แสวงหากำไรเป็นสำคัญ หากแต่มีเป้าหมายให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเป็นหลัก สื่อทางเลือกกลุ่มนี้ พอจะจัดแบ่งตามคุณลักษณะได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ สื่อภาคประชาชน และสื่อสาธารณะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 สื่อภาคประชาชน (Citizen Media)

จากงานวิจัยเรื่อง “สื่อภาคประชาชน” ใน “โครงการปฏิรูปสื่อ: การกำกับดูแลเนื้อหาโดยรัฐ การกำกับดูแลตนเอง และสื่อภาคประชาชน” ที่ศึกษาสื่อภาคประชาชนในประเทศไทยพบว่า นิยามเชิงปฏิบัติการของสื่อภาคประชาชนประกอบไปด้วยคุณลักษณะดังนี้ ไม่เป็นของทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่มุ่งหวังกำไรเป็นที่ตั้ง มีพันธกิจเพื่อประโยชน์ของสาธารณะมีเนื้อหาที่หลากหลายกว่าสื่อภาครัฐและเอกชนมีเนื้อหาที่มุ่งเน้นที่ข่าวและสาระประโยชน์มากกว่าเนื้อหาบันเทิงมุ่งหวังการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนในเรื่องการเป็นเจ้าของ การกำหนดทิศทางของเนื้อหา การผลิต การแสดงความคิดเห็น การสนับสนุนด้านการเงิน การรวบรวมกำลังคนและ

ทรัพยากร และการประเมินผล (พิรงรอง รามสูตร ธรรมันท์, 2547)

กล่าวโดยสรุป “สื่อภาคประชาชน” จึงหมายถึง สื่อที่เกิดขึ้นโดยประชาชน เพื่อประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ซึ่งต้องเน้นที่คำว่า “ประชาชน” เป็นสำคัญ โดยให้คำว่าประชาชน หมายถึง ประชาชนที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ และเป็นเพียงผู้ถูกปกครอง ไม่ใช่ชนชั้นปกครอง ดังนั้น การจะเรียกสื่อใดว่าสื่อภาคประชาชนได้ ผู้ผลิต ผู้ดำเนินงาน รวมถึงเป้าหมายของสื่อ นั้น จะต้องเป็นไปในฐานะ “ประชาชน” อย่างแท้จริงเท่านั้น ซึ่งแต่เดิมคำว่า “ภาคประชาชน” ไม่เคยปรากฏขึ้นในฐานะเจ้าของสื่อ สื่อโดยส่วนใหญ่เป็นของภาครัฐและกลุ่มทุนทั้งสิ้น

เมื่อให้คำจำกัดความ “สื่อภาคประชาชน” ดังที่กล่าวมาแล้วนั้น จึงพบว่า สื่อภาคประชาชนมีชื่อเรียกอีกหลากหลายตามยุคสมัย และบริบทที่แตกต่างกันไป ซึ่งเท่าที่ผู้เขียนรวบรวมและสังเคราะห์ได้ ได้แก่ (3.1.1) สื่อนอกกระแส (3.1.2) สื่อชุมชน (3.1.3) สื่อภาคประชาสังคม และ (3.1.4) สื่อพลเมือง ซึ่งแต่ละชื่อเรียก ได้ดำเนินขึ้นตามบริบทดังต่อไปนี้

3.1.1 สื่อนอกกระแส (Independence Media)

ในช่วงปลายปี พ.ศ. 2515 และต้นปี พ.ศ. 2516 นิสิตนักศึกษาเข้าร่วมตัวอย่างเข้มแข็ง และมีพลังในการต่อสู้ทางสังคมหลายเรื่อง บทบาทสำคัญทางการเมืองเกิดขึ้นเมื่อนิสิตนักศึกษาประสบความสำเร็จในการประท้วงประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 299¹ กรณีทุ่งใหญ่นเรศวร² รวมถึง กรณี

¹ ประกาศของคณะปฏิวัติฉบับที่ 299 ในตอนนั้น ได้ให้อำนาจแก่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมซึ่งเป็นฝ่ายบริหารให้อยู่เหนือฝ่ายตุลาการ อันหมายถึงอยู่เหนือศาลนั่นเอง

² คณะรัฐมนตรีและตำรวจกลุ่มหนึ่งนำเฮลิคอปเตอร์ของกองทัพไปล่าสัตว์ป่าที่ทุ่งใหญ่นเรศวรนับเป็นพฤติกรรมที่ไม่เคารพกฎหมาย เมื่อประชาชนทราบพฤติกรรมดังกล่าวก็พากันวิพากษ์วิจารณ์ และส่งผลเสียต่อรัฐบาล

คัดค้านการต่ออายุราชการของจอมพลถนอม กิตติขจร และพลเอกประภาส จารุเสถียร และหลังจากนั้นไม่นาน ก็คัดค้านการเลื่อนยศของพลเอกประภาสขึ้นเป็นจอมพล และอีกหลายกรณีที่แสดงให้เห็นชัดเจนว่า นิสิตนักศึกษาไม่ไว้วางใจรัฐบาล ขณะที่พลังของฝ่าย นิสิตนักศึกษากำลังก่อเป็นรูปร่างขึ้นไปเรื่อยๆ และประชาชนกำลังเบื่อหน่ายรัฐบาลของจอมพลถนอม กิตติขจรอยู่นั้นก็เกิดกรณีจับกุมนิสิต นักศึกษา อาจารย์มหาวิทยาลัยและนักกฎหมายที่ออกแจกเอกสารและใบปลิวเรียกร้องรัฐธรรมนูญจำนวน 13 คน อันนำมาสู่เหตุการณ์นองเลือดในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2516 (ฮีสทอรีอินไทยแลนด์, ม.ป.พ.)

ประวัติศาสตร์ดังกล่าว แสดงถึงความต้องการใช้สื่อและสร้างสื่อของภาคประชาชนที่เกิดขึ้นชัดเจนในยุคของขบวนการคนหนุ่มสาว เดือนตุลาคม พ.ศ.2516 นั้นเอง กลุ่มนิสิต นักศึกษา มีการรวมตัวอย่างเข้มแข็ง มีการใช้สื่อและสร้างสื่อเพื่อสื่อสารแนวคิด และอุดมการณ์ประชาธิปไตยในรูปแบบต่างๆ อาทิ ใบปลิว โปสเตอร์ เพลงเพื่อชีวิต คัดเอาท์ ละคร ศิลปะ ซึ่งในสมัยนั้นถูกเรียกว่า “สื่อนอกกระแส” (สุชาติ จักรพิสุทธิ์, 2551)

เหตุการณ์ 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 นอกจากใบปลิวกับโปสเตอร์ ก็ยังมีบทเพลงเพื่อชีวิตอีกมากมาย การต่อสู้ของนักศึกษาประชาชนเพื่อประชาธิปไตยในครั้งนั้น ทำให้จิตสำนึกเพื่อชีวิตเพื่อมวลชนเบ่งบาน จนเป็นจุดกำเนิดของบทเพลงประเภท “เพลงเพื่อชีวิต” ตามที่รู้จักกันในปัจจุบัน และได้รับความนิยมตั้งแต่นั้นมา บทเพลงเพื่อชีวิตรุ่นแรกๆ ที่สะท้อนอุดมการณ์แห่งยุคสมัยก็ถือกำเนิดขึ้น คือเพลง “สู้ไม่ถอย” โดย เสกสรรค์ ประเสริฐกุล ในเวลาเดียวกัน สุรชัย จันทิมาธร ซึ่งร่วมในการประท้วงด้วย ได้แต่งเพลง “सानแสงทอง” โดยเอาทำนองมาจากเพลง Find the Cost of Freedom ของวงดนตรี Crosby, Stills, Nash, & Young เพลงทั้งสองกลายมาเป็นจุดกำเนิดเพลงเพื่อชีวิตในยุคต่อมา นับว่า เพลงเพื่อชีวิตถือกำเนิดขึ้นโดยได้รับอิทธิพล

จากแนวคิด “ศิลปะต้องรับใช้ประชาชน” ซึ่งปรากฏในหนังสือ “ศิลปะเพื่อชีวิต ศิลปะเพื่อประชาชน” ของ จิตร ภูมิศักดิ์ นักคิดนักเขียนฝ่ายก้าวหน้า ซึ่งขบวนการนักศึกษาให้การยอมรับ (กองบรรณาธิการ หนังสือเพลงดนตรี, 2549)

ในช่วงระยะเวลาต่อเนื่องจาก 14 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ถึงหลัง 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 มีการผลิตผลงานเพลงเพื่อชีวิตแนวหนึ่งที่เรียกว่า “เพลงปฏิวัติ” ตัวอย่างผู้ประพันธ์เพลงในแนวนี้นี้ก็ได้แก่ จิตร ภูมิศักดิ์ เช่น เพลงภูพานปฏิวัติ แสงดาวแห่งศรัทธา วาศ สุนทรจามร เช่น เพลงแดนตะราง นายผี อัศนี พลจันทร วัฒน์ วรลยางกูร จิน กรรมาชน และ ส.เพลิง นาทลัก เป็นต้น บทเพลงเหล่านี้มีแนวร่วมคือ สะท้อนอุดมคติพรรคคอมมิวนิสต์ นำเสนอค่านิยมหลักของชาติในอุดมคติที่มีความเสมอภาค เป็นประชาธิปไตยและเป็นของประชาชน (กองบรรณาธิการ หนังสือเพลงดนตรี, 2549)

ขบวนการการต่อสู้ทางการเมือง เพื่อเรียกร้องเสรีภาพ ความเป็นธรรมในสังคมของกลุ่มนิสิต นักศึกษา ในยุคนั้น สื่อที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อสารแนวคิดหรืออุดมการณ์บางอย่าง ไม่ว่าจะเป็น ใบปลิว โปสเตอร์ บทกวี บทเพลง หรือศิลปะแขนงอื่นๆ ก็ตามที่กล่าวมาแล้วล้วนแล้วแต่เป็นสื่อที่มีรากฐานมาจากเจตนารมณ์ในการต่อสู้กับอำนาจรัฐของประชาชนนับแสนคน สื่อเหล่านี้เรียกได้ว่าเป็น “สื่อภาคประชาชน” อย่างแท้จริง เนื่องจากมีทั้งจุดกำเนิดและเป้าหมายเป็นไปเพื่อประชาชนส่วนรวมทั้งสิ้น เพียงแต่ในสมัยนั้น สื่อเหล่านี้ถูกเรียกขานว่า “สื่อนอกกระแส” อันเป็นเครื่องมือเดียวที่กลุ่มนิสิต นักศึกษาได้ใช้ต่อสู้กับความไม่ยุติธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม สื่อนอกกระแสจึงเป็นอาวุธเดียวที่ภาคประชาชนมี และได้รับการขนานนามว่า “แนวรบทางวัฒนธรรม” ยุคประชาธิปไตยเบ่งบาน

3.1.2 สื่อชุมชน (Community Media) กาญจนา แก้วเทพ (2543) ได้นิยามคำว่า สื่อชุมชน ตามหลักประชาธิปไตย นั่นคือ “สื่อ

ชุมชนเป็นการสื่อสารของชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน” ดังนั้นระบบการสื่อสารทุกประเภทจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในรูปแบบที่หลากหลาย หากตีความนิยามดังกล่าว ตั้งแต่คำว่า “ของชุมชน” คือ การก่อตั้งด้วยความประสงค์ร่วมกันของคนในชุมชน และคนในชุมชนก็มีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน และ “โดยชุมชน” ก็คือ การบริหารจัดการดูแลสื่อชุมชนควรจะดำเนินไปโดยคนในชุมชนร่วมมือกัน และคำว่า “เพื่อชุมชน” นั้นหมายถึง เป้าหมายของสื่อชุมชนควรเป็นไปเพื่อประโยชน์ของชุมชนนั้นๆ ไม่ว่าจะด้านใดก็ตาม

สื่อชุมชนในสังคมไทย โดยเฉพาะวิทยุชุมชน ปรากฏชัดเจนในช่วงหลังประกาศใช้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ที่มาตรา 40 กำหนดให้คลื่นความถี่ของวิทยุ โทรทัศน์ และโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติ เพื่อประโยชน์สาธารณะและในปี พ.ศ. 2543 ก็มีพระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับดูแลกิจการวิทยุกระจายเสียงวิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม มาตรา 26 ระบุให้ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงและเข้าใช้คลื่นความถี่ดังกล่าวได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 โดยการดำเนินการของภาคประชาชน ต้องไม่แสวงหากำไรในทางธุรกิจ และหากภาคประชาชนยังไม่พร้อม องค์กรอิสระต้องให้การสนับสนุน (เครือข่ายสื่อภาคประชาชนภาคเหนือ และคณะ, 2551)

จากมาตรา 26 และมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญ 2540 ในวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2544 จึงเกิดจุดปฏิบัติการเตรียมความพร้อมวิทยุชุมชน กาญจนบุรี คลื่นความถี่ 100.75 MHz โดยกลุ่มปฏิรูปสื่อภาคประชาชน จ.กาญจนบุรี เป็นสถานีวิทยุชุมชนแรกของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของสื่อชุมชนที่ว่า “ของชุมชน” คือ คนในชุมชนร่วมกันก่อตั้งขึ้น และมาแะเวียนผลัดกันจัดรายการ และมีตัวแทนร่วมกันบริหารจัดการตามคำจำกัดความที่ว่า “โดยชุมชน” และทุกๆ

รายการก็ให้ออกอากาศเพื่อประโยชน์ของชุมชน กาญจนบุรีเป็นหลัก นั่นก็คือคำว่า “เพื่อชุมชน” นั้นเอง จุดปฏิบัติการแห่งนี้กลายเป็นต้นแบบของวิทยุชุมชนที่เกิดขึ้นตามมามากมายทั่วประเทศ

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545 สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ก็ประสานการจัดทำร่างมาตรการและหลักเกณฑ์ชั่วคราววิทยุชุมชนขึ้นและ 10 ตุลาคม พ.ศ. 2545 เครือข่ายวิทยุชุมชนทั่วประเทศก็รวมตัวกันเป็น “สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ” (สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ, 2555)

นอกจากรัฐธรรมนูญ 2540 จะส่งผลให้เกิดวิทยุชุมชนขึ้นทั่วประเทศแล้ว ยังส่งผลให้เกิดโทรทัศน์ชุมชนอีกด้วย กลางปี พ.ศ. 2544 ได้มีองค์กรภาคเอกชนกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มศิลปวัฒนธรรม กระเจกเงา พยายามทดลองจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ชุมชนขึ้นเป็นโครงการนำร่อง ภายใต้ชื่อ “โครงการบ้านนอกทีวี” ในชุมชนชาวเขาเผ่าอาข่า บ้านลีผา (ห้วยขม) หมู่ที่ 1 ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยเริ่มออกอากาศอย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2545 และใช้เครื่องส่งกำลังต่ำขนาด 5 วัตต์ ส่งผ่านช่องสัญญาณระบบ UHF ทั้งนี้ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากธนาคารโลก (The World Bank) (ลัดดาวัลย์ อินทจักร, 2552)

ปัจจุบัน การขอใบอนุญาตก่อตั้งและดำเนินงานทั้งวิทยุชุมชนและโทรทัศน์ชุมชนอยู่ในการดูแลของสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ภายใต้พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่นความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม พ.ศ. 2553

สรุปได้ว่าทั้งวิทยุชุมชน และโทรทัศน์ชุมชน ต่างเป็นขบวนการสื่อสารภายใต้แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม และแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ทั้งนี้ ล้วนเกิดขึ้นและเป็นไปเพื่อประโยชน์ของชุมชนด้วยตนเองทั้งสิ้น “สื่อชุมชน” จึงเป็น

เครื่องมือที่ใช้แสดงออกถึงพลังของชุมชน อันเป็นส่วนหนึ่งของพลังแห่งภาคประชาชน สื่อชุมชนจึงเป็นอีกส่วนย่อยหนึ่งของ “สื่อภาคประชาชน” ได้นั่นเอง

3.1.3 สื่อภาคประชาสังคม (Civic Media)

การใช้คำว่า “ประชาสังคม” เข้ามาเกี่ยวข้องกับนั้น เนื่องจากการก่อตั้งและดำเนินงานเป็นไปโดยกลุ่มประชาสังคมนั่นเอง ดังนั้น การจะเข้าใจ “สื่อประชาสังคม” ได้ ก็ต้องเข้าใจความหมายของคำว่า “ประชาสังคม” ก่อน

คำว่า “ประชาสังคม” มาจากภาษาอังกฤษว่า Civil Society โดย ศ.ดร.ชัยอนันต์ สมุทวณิช นิยามว่า “ประชาสังคม” หมายถึง ทุกๆ ส่วนของสังคมโดยรวมถึงภาครัฐ ภาคประชาชนด้วย ถือว่าทั้งหมดเป็น Civil Society ซึ่งแตกต่างจากความหมายแบบตะวันตกที่แยกออกมาจากภาครัฐ หรือนอกภาครัฐ แต่หมายถึงทุกฝ่ายเข้ามาเป็น ร่วมมือร่วมใจ (Partnership) กัน โดยนัยยะนี้ ได้ให้ความสำคัญกับ Civic Movement หรือ “วิถีประชา” ที่เป็นการดำเนินกิจกรรม การเคลื่อนไหวของกลุ่มองค์กรต่างๆ โดยเน้นที่ตัวกิจกรรมเป็นศูนย์กลาง และเน้นที่กระบวนการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม การพัฒนาของทุกฝ่ายร่วมกันในระดับพื้นที่ ซึ่งในที่นี้อาจจะเป็นพื้นที่จังหวัด อำเภอ ตำบล หมู่บ้าน หรือพื้นที่ในเชิงเศรษฐกิจก็ได้ (ชัยอนันต์ สมุทวณิช, 2540)

จากนิยามที่กล่าวมา “สื่อภาคประชาสังคม” ก็มีคุณลักษณะเช่นเดียวกับ “สื่อภาคประชาชน” ซึ่งในหลายบริบท ก็ใช้คำสองคำนี้แทนกันได้ ทั้งนี้ หากลองแยกกันให้ขาดโดยใช้แนวคิดเรื่อง “ประชาสังคม” มาเป็นเกณฑ์ในการแยกแยะทีมผู้ผลิตสื่อ ก็อาจพอแยกแยะความแตกต่างได้ว่า สื่อภาคประชาสังคมคือสื่อที่ผลิตโดยกลุ่มประชาสังคม อันหมายถึง คนในสังคมที่มารวมตัวกันด้วยความที่มีจิตสำนึกบางอย่างร่วมกัน ซึ่งเมื่อมองในมุมนี้ ผู้ผลิตสื่อภาคประชาสังคมก็จะไม่ใช่ปัจเจกบุคคล แต่เป็นกลุ่มของประชาชนที่มารวมกันค่อนข้างชัดเจน เช่น กลุ่มเคลื่อนไหว

ทางการเมืองในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2550 เป็นต้นมา ที่ชื่อว่า แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ หรือ นปช. หรือกลุ่มเสื้อสีแดง ได้รวมกลุ่มกันผลิตสื่อทางเลือกที่เข้าข่ายนิยามของสื่อภาคประชาสังคม คือ หนังสือพิมพ์วิวาทะ ฉบับไทยเรดนิวส์ (พ.ศ. 2552-2553) นิตยสารเสียงทักษิณ (Voice of Taksin) (วิกิพีเดีย, 2560) อีกกลุ่มหนึ่งใช้ชื่อว่า กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย หรือกลุ่มเสื้อสีเหลือง ที่ได้ผลิตสื่อภาคประชาสังคมของกลุ่มตนเอง คือ ตั้งสถานีโทรทัศน์ที่ทำการถ่ายทอดสดการประชุมของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ทั้งปี พ.ศ. 2549 พ.ศ. 2551 และ พ.ศ. 2554 คือสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมเอเอสทีวี โดยแบ่งเป็นช่องต่างๆ เช่น ASTV News, FMTV, esan TV, TAN Network เป็นต้น (วิกิพีเดีย, 2561)

จากนิยามของสื่อภาคประชาสังคมที่ผู้ผลิตสื่อ คือ กลุ่มประชาชน ซึ่งทำสื่อเผยแพร่ในสถานภาพประชาชน เพื่อประโยชน์ของประชาชนด้วยกัน โดยอาจจะมุ่งประโยชน์ให้เกิดต่อสังคมส่วนรวม หรือ ต่อประชาชนกลุ่มเฉพาะบางกลุ่ม หรือ ต่อกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาสังคมของตนเองก็เป็นได้ด้วยเหตุและผลดังกล่าวนี้ สื่อภาคประชาสังคมจึงถูกจัดอยู่ในกลุ่มสื่อภาคประชาชน นั่นเอง

3.1.4 สื่อพลเมือง (Citizen Reporter)

คำว่า “สื่อพลเมือง” เป็นศัพท์ใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ แต่เมื่อย้อนไปพิจารณาถึงหลักการดำเนินการของวิทยุชุมชน เมื่อช่วงปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมานั้น พบว่าเริ่มเกิด “นักสื่อสารภาคพลเมือง” ขึ้นแล้ว เพราะคนจัดรายการไม่ได้ฝึกฝนให้เป็นนักจัดรายการ หรือนักรายงานข่าวมืออาชีพ แต่สามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ในการสื่อสารประเด็นของตนเองไปยังชุมชน จนเกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารขึ้น และที่น่าสนใจคือ ประเด็นการนำเสนอไม่ได้อยู่ที่ปัญหาสัพเพเหระที่ต้องเผชิญในชีวิตประจำวันเพียงอย่างเดียว แต่มีการพูดถึง

นโยบายของรัฐ การเมือง การแก้ปัญหาผลกระทบจากภัยพิบัติ ฯลฯ จึงอาจกล่าวได้ว่าสถานีวิทยุชุมชนที่มาจากการเอื้อของกฎหมายและนโยบายมีส่วนในการสร้าง “นักข่าวพลเมือง” ด้วยเช่นกัน (สำนักข่าวประชาธรรม, 2558)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2543 มีการจัดตั้งสำนักข่าวประชาธรรม โดยการระดมทุนในเครือข่ายองค์กรภาคประชาชน ทั้งองค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรชาวบ้านและนักวิชาการ เน้นกองบรรณาธิการขนาดเล็ก และเดินสายอบรมการทำข่าวทั่วประเทศ โดยเน้นไปที่เครือข่ายภาคประชาชน ก่อให้เกิด “นักข่าวภาคประชาชน” ส่งข่าวในพื้นที่เข้ามา หากไม่เข้ารูปแบบข่าว กองบรรณาธิการประชาธรรมจะเรียบเรียงใหม่ให้ดูเป็นข่าวแล้วลงเว็บไซต์ ข่าวเล็กข่าวน้อยที่ปรากฏเป็นข่าวค่อยๆ สร้างภาพสร้างประเด็นปัญหาสาธารณะขึ้นมาทำให้สังคมเข้าใจปัญหาอันสลับซับซ้อนได้ โดยกองบรรณาธิการจะเชื่อมโยงข่าวเล็กข่าวน้อยให้กลายเป็นภาพใหญ่เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาเชิงนโยบาย (สำนักข่าวประชาธรรม, 2558)

อีกด้านหนึ่งคือ “ประชาไท” เป็นเว็บไซต์ข่าวทางเลือกที่นำเสนอข่าวสาร บทความ ความคิดเห็น คอลัมน์ที่แตกต่างออกไปจากสื่อกระแสหลัก และยังเปิดโอกาสให้คนอ่าน ชาวบ้าน นิสิต นักศึกษาส่งข่าวสาร ข้อมูล ประสบการณ์เข้ามาให้ โดยเปิดพื้นที่ให้ และเรียกพื้นที่นี้ว่า “นักข่าวพลเมือง” โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของประชาไทคาบเกี่ยวระหว่างกาเกิดขึ้นของนักข่าวพลเมืองในสื่อรูปแบบเดิม กับการเกิดขึ้นของสื่อรูปแบบใหม่ ประกอบกับเนื้อหาที่ดึงดูด พื้นที่ที่เปิดกว้างให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ทำให้เกิดชุมชนของข้อมูลข่าวสารขนาดใหญ่ทั้งในรูปแบบของข่าวสารที่เป็นแบบแผน กับข้อมูลข่าวสารความเห็นจากผู้อ่าน จึงอาจเรียกได้ว่าเป็นชุมชนทางข่าวสารและเป็นพื้นที่แรกๆ ที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางด้านข่าวสารของนักข่าวมืออาชีพกับนักข่าวพลเมืองเลยทีเดียว

นับตั้งแต่ปี 2543 สังคมไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกขึ้น ประชาชนผู้ใช้ส่วนหนึ่งหันมานำเสนอเรื่องราวที่ตนสนใจหรือเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นในรูปแบบต่างๆ ทั้งบทความ ภาพนิ่ง คลิปวิดีโอ ฯลฯ ผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการ เช่น Weblog, สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ฯลฯ โดยผู้ใช้เหล่านี้ไม่ใช่ นักวิชาชีพระยะสั้น นับเป็นมิติใหม่ทางการสื่อสารในสังคมไทย ที่ผู้สื่อข่าวเป็นภาคประชาชน นิยามของสื่อพลเมือง จึงมีความใกล้เคียงกับคำว่า “สื่อภาคประชาชน” ค่อนข้างมาก เพียงแต่คำว่า “สื่อพลเมือง” เป็นคำที่เกิดขึ้นภายหลัง และมีความสัมพันธ์โยงใยกับการเป็น “นักข่าว” มากกว่านั่นเอง

ในปี พ.ศ. 2549 มีการสำรวจในไทยพบว่า มีผู้เขียนบล็อกรวมกันไม่ต่ำกว่า 300,000 บล็อก ซึ่ง Blogger จำนวนไม่น้อยที่ทำหน้าที่เป็น “ผู้สื่อข่าวพลเมือง” โดยรายงานสถานการณ์ในชุมชนตนเอง หรือประเด็นสาธารณะที่สื่อกระแสหลักไม่ได้รายงาน โดยเว็บบล็อก (Weblog) ในประเทศไทยก็มีให้เลือกมากมาย

นอกจากสื่อพลเมืองในเว็บไซต์ และ Weblog ต่างๆ แล้ว ปัจจุบันยังมีสื่อพลเมืองในรูปแบบสื่อโทรทัศน์ ที่เห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมคือ “สำนักข่าวพลเมือง ThaiPBS” ซึ่งมีจุดเริ่มต้นและพัฒนาการดังนี้

จากงานวิจัยของมัทนา เจริญวงศ์ และ อาภาพรรณ ทองเรือง (2556) ที่ได้สัมภาษณ์สมเกียรติ จันทรสีมา สุวจนา ทิพย์พิณิจ และภูมิพัฒน์ บุญเลี้ยง และณตยา แวววีรคุปต์ พบว่าในปี พ.ศ. 2551 ฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้รับคลิปภาพวิดีโอจากประชาชนซึ่งใช้โทรศัพท์มือถือถ่ายไว้ เป็นภาพขณะชาวบ้านนำเรือประมงเข้าล้อมจับเรือวนลาก อวนรุน แม้ภาพจะมีข้อจำกัดด้านคุณภาพของภาพ แต่มีจุดเด่นที่สามารถอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี หลังจากนั้นทางกองบรรณาธิการข่าวจึง

ได้นำภาพดังกล่าวมาเขียนสคริปต์ข่าวแบบอธิบายภาพ โดยสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมจากประชาชนในพื้นที่ และออกอากาศในรายการข่าว พร้อมกับอ้างอิงหรือให้เครดิตภาพ ว่าเป็นภาพที่บันทึกโดยประชาชน (มัทนา เจริญวงศ์ และ อาภาพรรณ ทองเรือง, 2556)

นับเป็นจุดเริ่มต้นของการให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตข่าว และสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนมีศักยภาพที่จะสื่อสาร และ “เนื้อหา” มีความสำคัญมากกว่า “คุณภาพ” ของกระบวนการผลิต (มัทนา เจริญวงศ์ และ อาภาพรรณ ทองเรือง, 2556)

ต่อมาในวันที่ 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2551 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ดำเนินการโดยองค์การกระจายเสียง และแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (ส.ส.ท.) ได้จัดแถลงข่าวเปิดตัวรายการ “นักข่าวพลเมืองทีวีไทย” แต่ในระยะแรก การนำเสนอข่าวพลเมืองยังไม่มีพื้นที่เป็นของตัวเอง จึงถูกจัดให้ออกอากาศร่วมกับข่าวภาคหลักของทางสถานี โดยนำเสนอเป็นช่วงหนึ่งของข่าวภาคดึก ในช่วง “ที่นี่...ทีวีไทย” และตั้งแต่วันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2552 เป็นต้นมา รายการ “นักข่าวพลเมือง” ได้เปลี่ยนมาออกอากาศหลังข่าวในพระราชสำนัก โดยคงระยะเวลาออกอากาศที่ 3 นาที การขับเคลื่อนให้สังคมรู้จัก และเข้าใจงานนักข่าวพลเมืองในห้วงเวลานั้น ส.ส.ท. กระทำผ่านการอบรมนักข่าวพลเมือง ซึ่งมีสำนักเครือข่ายสื่อภาคพลเมืองและฝ่ายข่าวร่วมกันดูแลร่วมกับการจัดสรรเวลาออกอากาศเพื่อรองรับผลงานจากจากนักข่าวพลเมืองก่อนจะค่อยๆ พัฒนาเป็นยุทธศาสตร์ การขับเคลื่อนที่เป็นรูปเป็นร่างขึ้น พร้อมกับเครือข่ายภาคประชาสังคมที่เข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมคิดร่วมสร้างงานนักข่าวพลเมืองเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ (มัทนา เจริญวงศ์ และ อาภาพรรณ ทองเรือง, 2556)

โดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่า “สื่อพลเมือง” มีจุดเริ่มต้นจากรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน ฉบับ พ.ศ. 2540 ที่ทำให้มีวิทยุชุมชนเกิดขึ้นมากมาย

ทั่วประเทศ อันเป็นรูปแบบขั้นต้นของสื่อพลเมืองที่หมายถึง การรายงานเหตุการณ์ผ่านสื่อ โดยผู้รายงานไม่ใช่สื่อมวลชนมืออาชีพ จากนั้นก็มีการก่อตั้งสำนักข่าวประชาธรรมขึ้นในปี พ.ศ. 2543 ทำงานโดยกองบรรณาธิการขนาดเล็ก เดินสายอบรมการทำข่าวให้กับเครือข่ายภาคประชาชนทั่วประเทศ ทำให้เกิด “นักข่าวภาคประชาชน” ขึ้นอย่างเป็นทางการ และในปี พ.ศ. 2547 ก็เกิดการเผยแพร่ข่าวและสารระบับเชิงอย่างเป็นทางการของเว็บไซต์ประชาไท ซึ่งเป็นยุคที่คาบเกี่ยวระหว่างยุคสื่อเก่ากับการเกิดขึ้นของสื่อใหม่

จนกระทั่งช่วงปี พ.ศ. 2549 ที่สังคมไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวกขึ้น ก็มีบล็อกเกอร์จำนวนไม่น้อยที่ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อข่าวพลเมือง และในปี พ.ศ. 2551 ก็เป็นจุดเริ่มต้นของการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการรายงานข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส นับเป็นนวัตกรรมการทำข่าวบนพื้นฐานความคิดที่ว่า ประชาชนมีศักยภาพที่จะสื่อสารและเนื้อหาสำคัญว่าคุณภาพการผลิต จนในปัจจุบัน สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอสได้จัดทำเว็บไซต์นักข่าวพลเมืองขึ้นแยกต่างหากจากเว็บไซต์ของสถานี ทำให้การเผยแพร่เนื้อหาข่าวสารในฐานะนักข่าวพลเมือง เป็นไปอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

จากจุดเริ่มต้นมาถึงปัจจุบัน แสดงให้เห็นว่า “สื่อพลเมือง” คือสื่อที่ภาคประชาชนได้เข้ามามีความเกี่ยวข้องกับความเป็นนักข่าว หรือความเป็นสื่อมวลชนมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดเนื้อหาข่าวสารมุมมองใหม่ๆ ที่มาจากฝั่งปากของประชาชน สื่อพลเมืองจึงเป็นอีกคำเรียกหนึ่งของสื่อภาคประชาชนได้อย่างไม่ต้องสงสัย

จากการตามรอยประวัติศาสตร์ของสื่อภาคประชาชนที่กล่าวมา สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ที่ไม่มีโอกาสในการเป็นผู้สื่อสารในสื่อกระแสหลัก ได้ก้าวมาเป็นผู้สื่อสารในสื่อทางเลือก และได้ใช้สื่อทางเลือกเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนประเด็นในสังคม นับตั้งแต่

“สื่อออกกระแส” ที่ประชาชนใช้เป็นเครื่องมือต่อสู้ทางการเมือง “สื่อชุมชน” ที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแนวนอนเพื่อพัฒนาชุมชนตนเอง “สื่อประชาสังคม” เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนงานประชาสังคมให้สำเร็จ และ “สื่อพลเมือง” เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่คนในเรื่องได้เล่าเรื่องของตนเองในฐานะนักข่าว จึงเรียกได้ว่า สื่อทางเลือกประเภทนี้ เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารของผู้ไร้เสียง (Voice of the Voiceless) นั้นเอง

3.2 สื่อสาธารณะ (Public Media)

สื่อสาธารณะ หมายถึง สื่อที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างประโยชน์ให้กับสาธารณะ อาจเป็นการมุ่งสร้างความเข้าใจอันดีหรือความสามัคคีในกลุ่มผู้รับสาร เช่น เมื่อมีความขัดแย้งเกิดขึ้นระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ก็มีการทำรายการที่เชิญตัวแทนจากทั้งสองฝ่ายมาพูดคุยปรับความเข้าใจกันอย่างมีเหตุมีผล เป็นต้น หรืออาจเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่ดีมีสาระ เป็นประโยชน์ที่ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ได้จริง ไม่เอนเอียงเข้าข้างชั่วอำนาจใหญ่ในสังคม หรือไม่ยึดนายทุนเป็นสำคัญ หรืออาจเป็นการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นอื่น ที่ส่งผลให้สาธารณะได้รับประโยชน์ด้านอื่นๆ ก็เป็นได้

Brown (1996 อ้างถึงใน จิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์ และ วีรยุทธ กาญจน์ชูฉัตร, 2546) กล่าวว่าเหตุผลของการมีสื่อกระจายเสียงเพื่อสาธารณะคือ การตระหนักถึงความสำคัญของสื่อกระจายเสียงในศักยภาพต่อคุณค่า ทัศนคติ และความเชื่อของคนในสังคม โดยไม่มีรูปแบบที่เป็นสากล ทั้งโครงสร้าง การควบคุมหรือเนื้อหา จะแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม สามารถสรุปรูปแบบของสื่อกระจายเสียงเพื่อสาธารณะได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่คือ แบบยุโรป ซึ่งมีรากฐานมาจากอังกฤษ และแบบสหรัฐอเมริกา แต่ในทางปฏิบัติประเทศส่วนใหญ่จะเป็น “ระบบคู่” (Dual System) ซึ่งผสมผสานระหว่างทั้งสองด้าน

สื่อสาธารณะในสามประเทศยักษ์ใหญ่ที่อาจเรียกได้ว่าเป็นต้นแบบของสื่อสาธารณะของโลก ได้แก่ สถานีบีบีซี (BBC: British Broadcasting Corporation) ของสหราชอาณาจักร, สถานีพีบีเอส (PBS: Public Broadcasting service) ของสหรัฐอเมริกา และสถานีเอ็นเอชเค (NHK: NipponHosoKyokai) ของญี่ปุ่น ทั้งสามสถานีเป็นองค์กรสื่อสาธารณะที่สำคัญของโลก ซึ่งมีความเป็นมา รูปแบบดำเนินงานและการกำกับควบคุมแตกต่างกันตามบริบททางการเมืองและเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ

สำหรับประเทศไทยก็มีสื่อสาธารณะ โดยองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย หรือ ส.ส.ท. ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2551 โดยพระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ในฐานะองค์การสื่อสาธารณะที่ไม่แสวงผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทย และได้เปลี่ยนชื่อเป็น สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) เมื่อวันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551 นับเป็นสื่อสาธารณะสื่อแรกของประเทศไทยอย่างเป็นทางการ โดยมีภารกิจและการดำเนินงานในกรอบ ดังต่อไปนี้

ไทยพีบีเอส ก่อตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมอย่างมีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทย โดยผ่านทางบริการข่าวสารที่เที่ยงตรง รอบด้าน สมดุล และเชื่อถือต่อจรรยาบรรณ ซึ่งไทยพีบีเอสเองได้กำหนดข้อบังคับด้านจรรยาบรรณให้พนักงานทุกระดับปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ข้อบังคับที่สำคัญคือ ความเป็นอิสระของวิชาชีพ การเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเป็นส่วนตัว และการคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคล ตลอดจนการคุ้มครองเด็กและเยาวชนจากรายการที่แสดงออกถึงความรุนแรง การกระทำการปฏิบัติต่อเหยื่อผู้เคราะห์ร้ายและผู้ที่อยู่ในภาวะเศร้าโศก (สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส, 2560)

สำหรับการกำกับดูแล เพื่อให้ไทยพีบีเอส มีอิสระในวิชาชีพอย่างเต็มที่ก็คือ พระราชบัญญัติองค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ได้กำหนดให้แต่งตั้ง “คณะกรรมการนโยบาย ส.ส.ท.” ขึ้นมาเพื่อกำหนดนโยบาย และควบคุมการดำเนินงานของไทยพีบีเอสทั้งหมด ซึ่งคณะกรรมการนโยบายฯ นี้ จะต้องไม่ใช่บุคคลในคณะกรรมการบริหารไทยพีบีเอส และต้องผ่านกระบวนการคัดสรรที่เป็นอิสระและโปร่งใส ซึ่งคณะกรรมการนโยบายฯ ประกอบไปด้วย ทั้งนักวิชาการ และตัวแทนภาคประชาชน ดังนั้นจึงคลายความกังวลไปได้ว่า นโยบายและการควบคุมการดำเนินงานไทยพีบีเอสนั้น จะเป็นไปได้เพื่อประโยชน์ของสาธารณะได้อย่างแท้จริง

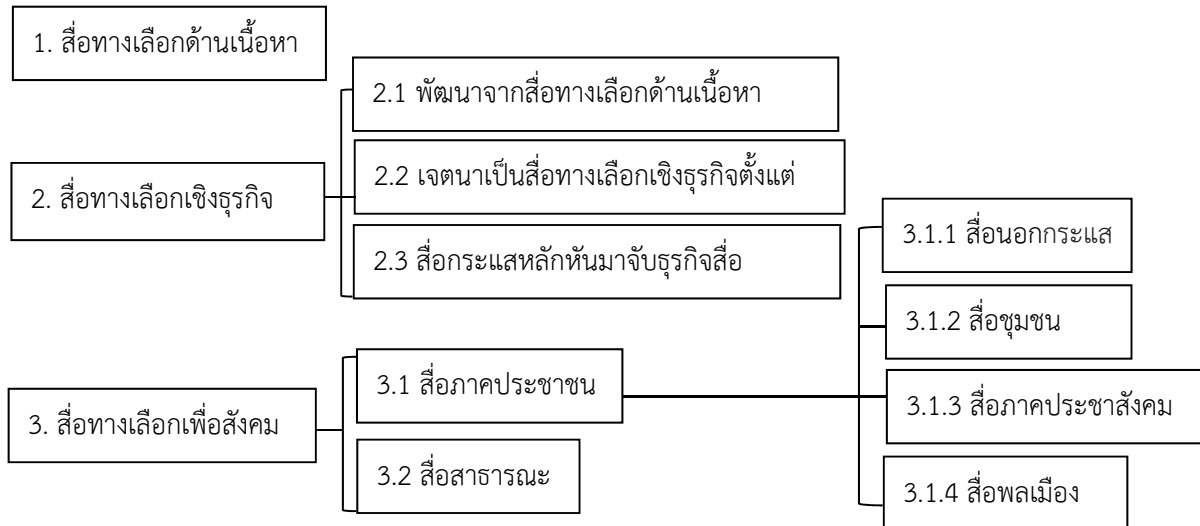
ข้อมูลเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส มีรายการโทรทัศน์ให้เลือกชมหลายรูปแบบ ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นรายการรูปแบบใดต่างต้องยึดหลักการทำงานที่ว่า “ขับเคลื่อนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลง” อันหมายถึงการขับเคลื่อนสังคมให้เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นนั่นเอง

ในการนี้พระราชบัญญัติฯ ก็ได้กำหนดกลไกในการตรวจสอบเอาไว้ด้วยเช่นกัน นั่นคือ การกำหนดให้มี “สภาผู้ชมและผู้ฟังรายการ” ที่คัดเลือกมาจากสมาชิกของไทยพีบีเอส จำนวนไม่เกิน 50 คน มีหน้าที่ติดตามรายการของทางไทยพีบีเอสและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ชมทั่วประเทศ แล้วสะท้อนความต้องการของผู้ชมกลับมายังไทยพีบีเอสเพื่อนำไปพัฒนารายการและข่าวให้ตรงตามความต้องการของผู้ชม นับเป็นกลไกหนึ่งในการตรวจสอบการดำเนินงานของไทยพีบีเอส ให้อยู่ในขอบเขตของสาธารณประโยชน์เป็นสำคัญ

ในความเป็นจริงแล้ว “สื่อสาธารณะไทยพีบีเอส” ก็เป็นสื่อที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก เช่นเดียวกับกับเป้าหมายของสื่อภาคประชาชนที่เน้นประโยชน์ของประชาชนเป็นหลัก ทั้งนี้มีความแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงในด้านของผู้ผลิตนั้น “ผู้ผลิต” ของสื่อภาคประชาชนนั้น ในขณะที่ผลิตรายการหรือผลิตสื่อจะสวมบทบาทหรืออยู่ในฐานะประชาชน ไม่ว่าจะเป็สื่อออกกระแส สื่อชุมชน สื่อภาคประชาสังคม หรือสื่อพลเมืองก็ตาม แต่สำหรับสื่อสาธารณะไทยพีบีเอสนั้น ผู้ผลิตมีความหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในสถานะขององค์กร ทั้งสถานผลิตเอง หรือว่าจ้างให้องค์กรผู้ผลิตภายนอกผลิตให้ ทั้งนี้จะเน้นในส่วนของ “เนื้อหา” ต่างหาก ที่จะต้องให้ความสำคัญกับสาธารณประโยชน์เป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงได้แยกอธิบายคำว่า “สื่อภาคประชาชน” กับ “สื่อสาธารณะ” ออกจากกัน

บทสรุป

ผู้เขียนได้จัดประเภทของสื่อทางเลือกที่พบในเมืองไทย โดยประมวลจากประวัติศาสตร์การใช้สื่อของภาคประชาชนที่ผ่านมา พบว่ามีสื่อทางเลือกอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ สื่อทางเลือกเชิงเนื้อหา สื่อทางเลือกเชิงธุรกิจ และสื่อทางเลือกเพื่อสังคม โดยพบว่าสื่อทางเลือกเพื่อสังคมนี้อยู่ 2 ลักษณะใหญ่ๆ ได้แก่ สื่อภาคประชาชน ซึ่งมีชื่อเรียกที่หลากหลาย ต่างกันไปตามยุคสมัยและบริบท คือ สื่อออกกระแส สื่อชุมชน สื่อภาคประชาสังคม และสื่อพลเมือง สื่อทางเลือกเพื่อสังคมอีกลักษณะหนึ่ง ก็คือ สื่อสาธารณะนั่นเอง โดยสามารถอธิบายเป็นภาพได้ ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความหลากหลายของสื่อทางเลือกในประเทศไทย

ที่มา: ผู้เขียนสร้างขึ้นมาเอง

แล้วไม่ว่าสื่อทางเลือกประเภทใด ล้วนมีจุดร่วมกันที่สำคัญ นั่นคือเป็น “การสื่อสารของภาคประชาชน” ด้วยกันทั้งสิ้น ในบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปเช่นนี้ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อในสังคมไทย และปฏิเสธไม่ได้ว่ายุคของการหลอมรวมสื่อมาถึงแล้ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อสังคมทั้งด้านบวกและด้านลบ

ด้านบวก คือ การขยายพื้นที่เนื้อหาข่าวสารจากภาคประชาชน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัวหรือเรื่องส่วนรวม ก็สามารถนำไปสื่อสารผ่านสื่อช่องทางต่างๆ ได้หมด ไม่มีการผูกขาดโดยกลุ่มทุนหรือภาครัฐอีกแล้ว ด้านลบ คือ โลกและสังคมเต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารมากมาย เต็มจนอาจถึงขั้นล้น ซึ่งผู้รับสารจำต้องไตร่ตรองให้ดีว่าเชื่อได้หรือไม่ จำเป็นต้องมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อให้มาก และควรปลูกฝังกันตั้งแต่วัยเด็ก

เอกสารอ้างอิง

กองบรรณาธิการ หนังสือเพลงดนตรี. 2549. เปิดขบวนการเพลงใต้ดิน 6 ตุลา 2519. วารสารหนังสือเพลงดนตรี, 12(6). สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2560, จาก http://www.noknight.com/data_filesart_6tula2519/indysongs.htm

กาญจนา แก้วเทพ. 2543. สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

กาญจนา แก้วเทพ, และ จุมพล รัตคำดี. 2546. แนวคิดวิทยุชุมชน และการศึกษาที่เกี่ยวข้อง หอมดินอีสาน. อุบลราชธานี: เครือข่ายสื่อภาคประชาชนภาคอีสาน.

- คร้าวากๆ เซฟหมี คลิกเพลย์ทะลุแล้ว (จ้า). 2554. **Positioning**. สืบค้นเมื่อ 17 มกราคม 2560, จาก <http://positioningmag.com/13826>
- เครือข่ายสื่อภาคประชาชนภาคเหนือ, สมาพันธ์วิทยุชุมชนคนอีสาน, เครือข่ายวิทยุชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, เครือข่ายวิทยุชุมชนภาคใต้, มูลนิธิอาสาสมัครเพื่อสังคม, และมูลนิธิไฮนริคเบิลล์ สำนักงานภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. 2551. **โครงการศึกษาข้อมูลพื้นฐานวิทยุชุมชนภาคประชาชน**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิไฮนริคเบิลล์ สำนักงานภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้.
- จักรพงษ์ คงมาลัย. 2554. **เหลียวมองบล็อกไทย Exteen, Bloggang, OKNation**, สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2560, จาก <http://thumbsup.in.th/2011/02/thai-blog-teen-bloggang-oknation>
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. 2540. **ประชาสังคม: ทัศนคติของนักคิดในสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: พิมพ์ศรีพรินต์ติ้งเซ็นเตอร์.
- ชูชัย ศุภวงศ์. 2541. **แนวคิดพัฒนาการและข้อพิจารณาเกี่ยวกับประชาสังคมไทย**. กรุงเทพฯ: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.
- เซฟหมี. 2554. **รายการคร้าวากๆ ตอน 1.ข้าวผัดอเมริกัน**, สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=jnzF3rHQVCE>
- ฐิตินันท์ พงษ์สุทธิรักษ์, และ วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. 2546. **สื่อสารสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ณัฐพงศ์ เทียนดี. 2558. DIB talk อุดมคติต่าง (1): ณัฐพงศ์ เทียนดี Spokedark TV – อดีตผู้ชมให้อยู่หมัด มัดใจให้อยู่ และจะต่อยอดอย่างไรให้เจ็บนาน. ใน การเสวนา เรื่อง **Do it Better Talk (DIB Talk) ครั้งที่ 3**. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2560, จาก <https://thaipublica.org/2015/12/dib-talk-1/>
- บล็อก_กูรู. 2549. **บล็อกคืออะไร**. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2560, จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/manal/2006/12/22/entry-4>
- พิรงรอง รามสูต วัฒนันท์. 2547. **สื่อภาคประชาชน**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- มัทนา เจริญวงศ์, และ อาภาพรธน ทองเรือง. 2556. การเกิดขึ้นและพัฒนาการของนักข่าวพลเมืองไทยพีบีเอส. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**, 33(2): 256-286.
- ลัดดาวัลย์ อินทจักร. 2552. กระบวนการดำเนินงานโทรทัศน์ชุมชน “บ้านนอกทีวี”. **วารสารการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**, 1(2): 1-17.
- วิกิพีเดีย. 2560. **แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ**. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ>
- วิกิพีเดีย. 2561. **พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย**. สืบค้นเมื่อ 20 มกราคม 2561, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย>
- วีอาร์โซชาแนล. 2555. **รายการ VRZO ตอน ต้องซ่า ต้องกล้า VRZO** สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2561, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=YXeac14Lw0g>

สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส. 2560. ที่มาของ ส.ส.ท.
สืบค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2560, จาก [http://
org.thaipbs.or.th/organization/history](http://org.thaipbs.or.th/organization/history)
สุชาดา จักรพิสูทธิ์. 2551. **ทำไมต้องสื่อทางเลือก.
ปัญหาสื่อสารมวลชนในสังคมไทย.** สืบค้น
เมื่อ 14 พฤษภาคม 2551, จาก [www.
midnightuniv.com](http://www.midnightuniv.com)
สหพันธ์วิทยุชุมชนแห่งชาติ. 2555. 1 **ทศวรรษ วิทยุ
ชุมชนไทย.** กรุงเทพฯ: มูลนิธิไฮน์ริคเบิลล์.
สำนักข่าวประชาธรรม. 2558. **Activist Media :สื่อ
เพื่อการเปลี่ยนแปลง.** เชียงใหม่: สำนักพิมพ์
กล้าคิดกล้าดี.
สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ
โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.
2553. **พระราชบัญญัติองค์กรจัดสรรคลื่น
ความถี่ และกำกับการประกอบกิจการวิทยุ**

**กระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และกิจการ
โทรคมนาคม พ.ศ. 2553 และที่แก้ไข
เพิ่มเติม.** สืบค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2561,
จาก [www.nbt.go.th/getattachment/
law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/
พ-ร-บ-องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับ
การประกอบกิจการ/เอกสารแนบ.pdf.aspx](http://www.nbt.go.th/getattachment/law/พระราชบัญญัติ/พระราชบัญญัติ/พ-ร-บ-องค์กรจัดสรรคลื่นความถี่และกำกับการประกอบกิจการ/เอกสารแนบ.pdf.aspx)
อีสิทธิ์อินไทยแลนด์. (ม.ป.พ.). **บทบาทของนิสิต
นักศึกษาก่อนเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516.**
สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2560, จาก [http://
historyinthailand.weebly.com/36103
607361036343607 35863629359136
1136193632359436343594360.html](http://historyinthailand.weebly.com/36103607361036343607358636293591361136193632359436343594360.html)
Lewis, P. M. 1993. **Alternative media: Linking
global and local.** Paris: UNESCO.