การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน: กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน

โดย

นายวิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ref. code: 25615807300040CHL

การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน
กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน

โดย

นายวิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ref. code: 25615807300040CHL

EVERYDAY RESISTANCE OF ORDINARY PEOPLE WITH WORD OF MOUTH COMMUNICATION: A CASE STUDY OF DISTRESS IN STREET LIFE

BY

MR. VISAWAT PANYAWONGSATAPORN

A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
DOCTOR OF PHILOSOPHY
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018

COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

Ref. code: 25615807300040CHL

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นายวิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร

เรื่อง

การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน
กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)
เมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ _____
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิธิดา แสงสิงแก้ว)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก _____
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ _____
(รองศาสตราจารย์ ดร. กำจร หลุยยะพงศ์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ _____
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริชัย อรรคอุดม)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ _____
(อาจารย์ ดร. เซ็นโจ นะไก)

คณบดี _____
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อัจฉรา ปัณฑรานุวงศ์)

หัวข้อดุษฎีนิพนธ์	การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน: กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน
ชื่อผู้เขียน	นายวิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร
ชื่อปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์	รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน: กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทต่างๆ ขยายศักยภาพของผู้คนในการต่อสู้ต่อประเด็นปัญหาบนท้องถนนอย่างไร รวมถึงศึกษาลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์ และการทำงานของอุบาย (tactic) ที่ช่วยให้คนธรรมดา (ordinary people) สามารถต่อสู้และต่อรองกับฝ่ายโครงสร้าง (structure) ต่อประเด็นปัญหาบนท้องถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การรณรงค์ผ่านโลกดิจิทัล (digital activism) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญอันส่งผลต่อระดับความสำเร็จของการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน และกระบวนการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนเพื่อเป็นอำนาจในการต่อสู้ของคนธรรมดา

ระเบียบวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) และวิเคราะห์เชิงสัญญะ (semiotic analysis) ร่วมกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพูดปากต่อปาก (word of mouth communication) ควบคู่กับการนำแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมการสื่อสารมุขปาฐะและการเขียน (orality and literacy culture) ของวอลเตอร์ เจ อง (Walter J. Ong) และแนวคิดพื้นที่กลาง (middle region) ของโจชัว เมย์โรวิตซ์ (Joshua Meyrowitz) เพื่อสำรวจว่าเทคโนโลยีการสื่อสารช่วยให้มนุษย์สามารถพูดปากต่อปากเพื่อขับเคลื่อนสังคมได้อย่างไร จากนั้นนำแนวคิดของการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน (everyday resistance) ของ มิเชล เดอ เซอร์โต (Michel de Certeau) และแนวคิดการครอบงำและศิลปะแห่งการต่อต้าน (domination and arts of resistance) ของเจมส์ ซี. สก็อตต์ (James C. Scott) เพื่อศึกษาลักษณะการสร้างสรรค์อุบายเป็นสารอันนำไปสู่การต่อสู้เรียกร้อง และสุดท้ายนำแนวคิดการ

เคลื่อนไหวผ่านโลกดิจิทัล (digital activism) ของเลียห์ เอ. ลีวรอวว์ (Leah A. Lievrouw) เพื่อศึกษาว่าคนธรรมดาใช้การพูดปากต่อปากเพื่อขับเคลื่อนปัญหาได้อย่างไร

ผลการศึกษาสำคัญพบว่าหากคนธรรมดาผู้มีจิตสำนึกแห่งการวิพากษ์ตัดสินใจลงมือต่อสู้ต่อประเด็นปัญหาบนท้องถนนกับหน่วยงานราชการแล้ว การสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและการกระจาย ทุนหน้าตัก ทั้ง 4 ด้าน อันได้แก่ ทุนความรู้ ทุนสัญลักษณ์ ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนเครือข่าย ถือเป็นตัวแปรสำคัญแรกที่เอื้อให้ผู้ต่อต้านสามารถกลายเป็น ปัจเจกชนผู้กระทำการ (agency) ได้ในอนาคต ขณะที่การฉวยใช้เทคโนโลยีสื่อสารหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบจุดประสงค์การต่อต้านที่แตกต่างกันนั้นกลายเป็น สนามทดลอง ที่เอื้อให้คนธรรมดาฝึกปรือทักษะและความสามารถบริหารสื่ออันนำไปสู่การใช้เทคนิคสื่อผสมผสาน (mixed media) เมื่อลงมือต่อต้านจริงอย่างมีประสิทธิภาพ

เมื่อสั่งสมทุนและฝึกฝนทักษะการฉวยใช้สื่ออย่างช่ำชองแล้ว คนธรรมดาอาจอาศัยจังหวะและโอกาส ที่เหมาะสมเพื่อเปลี่ยนให้ ความปกติ ของชีวิตประจำวันกลายเป็น ความไม่ปกติ เพื่อประกาศการต่อสู้แล้วจึงเริ่มสร้างสรรค์อุบาย (tactic) หรือสารแห่งการต่อสู้

ผู้วิจัยพบว่าอุบายอันสำคัญที่ช่วยให้การต่อสู้ขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพนั้นเริ่มต้นด้วยการจัดอันดับคู่ต่อสู้ (prioritisation) ซึ่งเปรียบเสมือนการเล็งเป้าหมายการต่อสู้ให้ถูก การใช้เรื่องเล่า (story telling) เพื่อดึงดูดความสนใจของสาธารณะพร้อมสอดแทรกเหตุผลของการต่อสู้ การผลิตวาทกรรมต่อต้าน (discourse of resistance) เพื่อต่อต้านยุทธศาสตร์ (strategy) ที่ฝ่ายโครงสร้างครอบงำสังคมมานาน ทั้งนี้ งานวิจัยชิ้นนี้พบว่าอุบายดังกล่าวดึงดูดการมีส่วนร่วมจากสาธารณชนอย่างดีเนื่องจากมีลักษณะ ความบันเทิงควบคู่สาระ (infotainment) กล่าวคือเรียกร้องความสนใจจากสาธารณะด้วยสารที่กระตุ้นเร้าอารมณ์ แต่ลงท้ายด้วยการให้เหตุผลประกอบเสมอ

ประชากรบนโลกดิจิทัลถือเป็นตัวแปรสำคัญหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนและขยายประเด็นการต่อสู้จนกลายเป็นกระแสสังคมและนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลนั้น กลุ่มผู้ส่งสารควรมีสถานะเป็นนักก่อกวน (interventionist) ผู้พยายามรบกวนสภาพการรับรู้ทั่วไป (common-sense) เพื่อให้ผู้คนมองเห็นความผิดปกติ จากนั้นจึงวางแผนการขับเคลื่อน ก่อนจะสื่อสารเพื่อทำให้การต่อต้านเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: การต่อสู้ในชีวิตประจำวัน, การสื่อสารปากต่อปาก, ความเดือดร้อนบนท้องถนน

Dissertation Title	EVERYDAY RESISTANCE OF ORDINARY PEOPLE WITH WORD OF MOUTH COMMUNICATION: A CASE STUDY OF DISTRESS IN STREET LIFE
Author	Mr. Visawat Panyawongsataporn
Degree	Doctor of Philosophy
Major Field/Faculty/University	Mass Communication Journalism and Mass Communication Thammasat University
Dissertation Advisor	Associate Professor Somsuk Hinviman, Ph.D.
Academic Year	2018

ABSTRACT

The study on "Everyday Resistance of Ordinary People with Word of Mouth Communication: A Case Study of Distress in Street Life" is a qualitative research exploring how communication technologies extend ordinary people abilities to resist against structural power regarding street life and developing a framework that aims to develop understanding towards digital movement and capital.

This textual and semiotic analytical study was conducted on two case studies: 1. Par-Tub-Rod 2. Hey! Nee-Mun-Footpath-Thailand through purposive sampling. Data was collected by a valid and reliable contents on various media, consisting of four sections: background and context, tactics of the weak, digital activism movement and status and capital of the weak. Additionally, the following theories and concepts were adopted in order to develop understanding regarding phenomenon: word of mouth communication, Walter J. Ong's Orality and Literacy culture, Joshua Meyrowitz's middle region, Michel de Certeau's everyday resistance, James C. Scott's domination and arts of resistance and Leah A. Lievrouw's digital activism concept.

The findings indicate that, at the outset, agencies resist against powerful structure by accumulating and exchanging four kind of capitals: economic capital,

cultural capital, symbolic capital and social capital as these activities enable agencies to further the movement. Whereas various kind of media were used as *trial field* to learn how to utilise mixed media as a tool for social movements.

Encountering certain time and spaces, agencies utilised tactics to interrupt the ordinary common-sense of Thai society towards street life and pointed out the unordinary, which regularly occurs in everyday life activities.

The researcher found that significant tactics are prioritisation to set the objectives, story telling to draw public attention, and production of resistance discourse to oppose against dominated strategies. It is noteworthy that infotainment tactic (giving information and entertainment parallelly) is powerful tactic as drawing public attention and educating them in the same time.

Digital activism is significant variable to mobilise a social movement. Researcher found that digital activists act as interventionist to interfere the common-sense of society, then planning a movement and communicating to create the concrete resistance.

Keywords: everyday resistance, mouth to mouth communication, streetlife problems

Ref. code: 25615807300040CHL

กิตติกรรมประกาศ

"เมื่อแพนโดร่าเปิดฝาความชั่วร้ายนานาก็พวยพุ่งออกจากปากไหอย่างบ้าคลั่ง ความอิจฉา ความตะกละ ความโกลาหล โทสะ โมหะ ความปลิ้นปล้อน และความเหี้ยมโหดต่างลิงโลดแล่นไปทั่วพื้นพิภพ ความตระหนกทำให้ท้าวเธอรีบตะครุบฝาไหลง ก่อนพบสิ่งหนึ่งเหลือรอดอยู่ก้นไห... ***ความหวัง***"

ดัดแปลงจากส่วนหนึ่งของ Pandora's Box

ประพันธ์โดย Benjamin Franklin

ผู้วิจัยเขียนกิตติกรรมประกาศฉบับนี้ในโมงยามที่สังคมไทยกำลังเผชิญหน้ากับความมืดมิดอนธการ ความเกลียดชังร้าวลึกถึงจิตสำนึก ความรักความเมตตาเหือดหายจากสังคม นี่เป็นห้วงเวลาที่ "ความผิด" ถูกกำหนดจากผู้มีอำนาจและความอยุติธรรมถูกใช้เป็นเครื่องมือกำจัดคนเห็นต่าง ความมืดตื้อรอบทิศกล่อมเกลาให้เราคิดว่าตัวตกอยู่ในเหวลึก ไร้ทางออกไร้ทางรอด ได้แต่นอนคดตัวรอความตายอย่างน่าเวทนา ...หารู้ไม่ว่าเพียงแหงนหน้ามองท้องฟ้า เราจะเห็นดาวเหนือสุกสกาวกำลังสาดแสงส่องเพื่อมอบทางสว่างให้แก่เรา *ขอเพียงคุณกล้าก้าวเท้าเดินออกไป*

งานวิจัยชิ้นนี้ต้องการพิสูจน์ให้เห็นการมีอยู่ของ "ดาวเหนือ" และวาดแผนที่ให้หมู่วีรชนคนธรรมดาออกเดินทางเพื่อต่อสู้กับอำนาจอันคอยกดขี่ข่มเหงตนในระดับชีวิตประจำวัน ที่สุดแล้วเมื่อจิตสำนึกแห่งการไม่ยอมแพ้ปรากฏขึ้น สังคมเราจึงมีความหวัง

ขอใช้พื้นที่สุดท้ายเพื่อขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาผู้กรุณาอดทนกับความโง่เขลาและไร้เดียงสาของผู้วิจัย ขอบพระคุณคณะกรรมการผู้มอบความเข้าใจและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยเสมอมา ขอบคุณมาม๊าสำหรับอาหารทุกจานบนโต๊ะกับข้าวทุกๆ เช้า ขอบคุณครอบครัวสำหรับการเฝ้าดู ขอบคุณทุกๆ กำลังใจจากทุกคนสำคัญ...โดยเฉพาะ *คุณ* ที่คอยอยู่ไม่ไปไหน

นายวิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(13)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย	19
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	19
1.4 ขอบเขตการวิจัย	19
1.5 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	20
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	21
1.7 กรอบมโนทัศน์	23
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
2.1 แนวคิดเรื่องการพูดปากต่อปาก	24
2.1.1 ลักษณะของการพูดปากต่อปาก	25
2.1.2 วงจรชีวิตของการพูดปากต่อปาก	27
2.1.2.1 การกำเนิด	27
2.1.2.2 การผจญภัย	28

Ref. code: 25615807300040CHL

2.1.2.3 การตาย 29
2.1.3 การสร้างความน่าเชื่อถือ 30
2.1.3.1 การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สาร 31
2.1.3.2 ความน่าเชื่อถือของระบบการสื่อสารออนไลน์ 34
2.1.4 ความรู้เท่าทันสื่อ 37
2.1.5 อำนาจของข่าวลือ 39
2.2 แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด 40
2.2.1 นิยามของเทคโนโลยี 41
2.2.2 วิวัฒนาการแนวคิดของสำนักโตรอนโต 41
2.2.3 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมมุขปาฐะและการเขียน 42
2.2.4 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมมุขปาฐะดิจิทัล 45
2.2.5 แนวคิดพื้นที่กลางบนโลกดิจิทัล 46
2.3 แนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน 47
2.3.1 รากฐานความคิดเรื่องชีวิตประจำวัน 48
2.3.2 แนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของ Michel de Certeau 49
2.3.3 ขยายความรู้เรื่องการต่อสู้ของคนธรรมดาผ่านแนวคิด Weapon of the Weak และ Domination and the art of resistance 51
2.4 แนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัล 55
2.4.1 จุดเริ่มต้นของนักเคลื่อนไหวผ่านสื่อใหม่ 55
2.4.2 รากฐานด้านวัฒนธรรม: กลุ่ม Dada และนักสถานการณ์นิยม 56
2.4.3 รากฐานด้านสังคมและการเมือง: ทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางสังคม 57
2.4.4 กรอบความคิดเรื่องการเคลื่อนไหวบนสื่อใหม่ 58
2.4.4.1 ขอบเขต 58
2.4.4.2 จุดยืน 58
2.4.4.3 ผู้กระทำการและการกระทำ 59
2.4.5 การเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อสารมวลชน 60
2.4.5.1 ขอบเขต 60
2.4.5.2 จุดยืน 60
2.4.5.3 ผู้กระทำการและการกระทำ 61
2.5 แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu 61
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 62

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย 64

3.1 เกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษา 64
3.2.1 กรณีศึกษาที่ 1: ป้าทุบรถ 66
3.2.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 66
3.2.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล 72
3.1.2 กรณีศึกษาที่ 2: “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” 73
3.1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 73
3.1.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล 77
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล 78
3.3 ขอบเขตการศึกษา 78
3.4 เกณฑ์การวิเคราะห์ 80

บทที่ 4 “ขวานทุบรถ” ส่งอุบายผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง 83

4.1 ความเป็นมาเบื้องต้นและบริบทของเหตุการณ์ก่อน-ระหว่าง-หลังเกิดเหตุการณ์ และผลสำเร็จของการต่อสู้ 85
4.2.1 ก่อนเกิดเหตุการณ์ 86
4.1.1.1 เห็นหน้าแล้ว-เห็นใจกันหน่อย 87
4.1.1.2 สร้างสรรค์สื่อวัตถุ-บันทึกประวัติศาสตร์คนธรรมดา 96
4.1.1.3 ขีดเขียนสร้างสื่อวัตถุ-มอบความชอบธรรมแก่การต่อสู้ 99
4.1.2 ระหว่างเกิดเหตุการณ์ 108
4.1.2.1 สื่อกิจกรรม 108
4.1.2.1 “ขวาน” สื่อวัตถุและสื่อกิจกรรมที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้ 108
4.1.2.4 เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย 113
4.1.2.5 สื่อดิจิทัล 116
4.1.3 หลังเกิดเหตุการณ์ 117
4.1.3.1 สื่อในฐานะผู้พิทักษ์โครงสร้าง 117
4.1.3.2 สื่อในฐานะผู้หยั่งเชิง 120
4.1.3.3 สื่อในฐานะผู้พิทักษ์ความยุติธรรม 124
4.2 อุบายและยุทธศาสตร์ในการต่อสู้ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ 133

Ref. code: 25615807300040CHL

4.2.1 ยุทธศาสตร์ของผู้เอารัดเอาเปรียบ 133
4.2.1.1 ยุทธศาสตร์หลัก-สะกดให้สงบ 133
4.2.1.2 วาทกรรมว่าด้วยราชการใช้อำนาจแทนประชาชน 139
4.2.1.3 วาทกรรมว่าด้วยหน่วยงานของรัฐผู้ปกป้องประชาชน 139
4.2.1.4 วาทกรรมว่าด้วยปัญหาบนท้องถนนเป็นเรื่องส่วนบุคคล 140
4.2.1.5 วาทกรรมพ่อปกครองลูก 141
4.2.1.6 ยุทธศาสตร์รอง-ลงทัณฑ์ให้หลาบจำ 141
4.2.2 อุบายของฝ่ายผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ 144
4.2.2.1 การจัดลำดับความสำคัญของคู่ต่อสู้ 144
4.2.2.2 การใช้เรื่องเล่า 154
4.2.2.3 การเลือกใช้สื่อผสม 159
4.2.2.4 การผลิตชุดวาทกรรมเพื่อตอบโต้ 166
4.2.2.5 การสร้างประสบการณ์ร่วม 174
4.3 การเคลื่อนไหวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อขับเคลื่อนการต่อสู้สู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม 178
4.3.1 กลุ่มผู้ส่งสาร 180
4.3.1.1 คุณสมบัติของผู้เข้าร่วม 180
4.3.1.2 กลุ่มผู้เข้าร่วม 183
4.3.2 การวางแผน 184
4.3.2.1 การกำหนดเป้าหมายการต่อสู้ 184
4.3.2.2 กิจกรรมที่ทำ 185
4.3.3 การสื่อสาร 190
4.3.3.1 การสร้างสรรค์สาร 190
4.3.3.2 กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร 196
4.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ 208
4.4.1 การครอบครองและสั่งสมทุน 210
4.4.1.1 กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์ 210
4.4.1.2 กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ 213
4.4.1.3 กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก 220
4.4.2 การแลกเปลี่ยนและการกระจายทุน 221

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 5 “ฟุตบาทไทยแลนด์” กับอุบายปากต่อปากบนสื่อดิจิทัลเพื่อแก้ปัญหา 224

5.1 ความเป็นมาเบื้องต้นและการใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ ของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ก่อน-หลังการก่อตั้งเพจ และผลสำเร็จของการต่อสู้ 226

5.1.1 ระยะที่หนึ่ง: ก่อนการก่อตั้งเพจ 227

5.1.2 ระยะที่สอง: หลังการก่อตั้งเพจ 228

5.1.2.1 ข้อความในภาพ 230

5.1.2.2 สีตัวอักษร 235

5.1.2.3 คำบรรยายภาพ 236

5.1.2.4 รูปภาพ 252

5.2 อุบายและยุทธศาสตร์ในการต่อสู้ผ่านสื่อที่ครอบครอง 256

5.1.1 การจัดอันดับความสำคัญของคู่ต่อสู้ 256

5.2.1.1 เลือกเป้าหมายหน่วยงานราชการ 258

5.2.1.2 เลือกเป้าหมายเป็นคนอำนาจน้อยระดับล่าง 265

5.2.2 การใช้เรื่องเล่า 269

5.2.2.1 โครงเรื่อง 269

5.2.2.2 ความขัดแย้ง 272

5.2.2.3 ตัวละคร 273

5.2.3 การเลือกใช้สื่อผสม 277

5.2.3.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ 277

5.2.3.2 สื่อสารมวลชน 278

5.2.3.3 สื่อกิจกรรม 282

5.2.4 การผลิตวาทกรรมเพื่อตอบโต้ 284

5.2.4.1 วาทกรรมว่าด้วยผู้ปกครองที่เผอเรอ 284

5.2.4.2 วาทกรรมว่าด้วยปัญหาสาธารณะอันซ้ำซาก 286

5.2.4.3 วาทกรรมทำอะไรตามใจคือไทย (ชั้นล่าง) แท้ 287

5.2.4.4 วาทกรรมพ่อปกครองลูก 290

5.2.5 การสร้างประสบการณ์ร่วม 291

5.2.5.1 การแบ่งขั้วตรงข้าม 291

5.2.5.2 การผรุสวาท 292

5.2.5.3 การเปรียบเทียบกับต่างประเทศ 293

Ref. code: 25615807300040CHL

5.3 การเคลื่อนไหวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อขับเคลื่อนการต่อสู้ 294
5.3.1 กลุ่มผู้ส่งสาร 295
5.3.1.1 คุณสมบัติของผู้เข้าร่วม 295
5.3.1.2 กลุ่มผู้เข้าร่วม 299
5.3.2 การวางแผน 300
5.3.2.1 การกำหนดเป้าหมายการต่อสู้ 300
5.3.2.2 กิจกรรมที่ทำ 300
5.3.3 การสื่อสาร 304
5.3.3.1 การสร้างสรรค์สาร 304
5.3.3.2 กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร 306
5.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ 310
5.4.1 การครอบครองและสั่งสมทุน 311
5.4.1.1 กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ 311
5.4.1.2 กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก 316
5.4.2 การแลกเปลี่ยนและการกระจายทุน 317
5.4.2.1 การแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มก้อนของตนเอง 317
5.4.2.2 การกระจายทุนระหว่างกลุ่มผู้ต่อต้าน 318

บทที่ 6 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 320

6.1 สรุปผลการวิจัย 321
6.1.1 บริบท ความเป็นมา และประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร 321
6.1.1.1 ระยะหนึ่ง การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อรวบรวมพลัง ประสบการณ์ และการลองผิดลองถูก 322
6.1.1.2 ระยะสอง เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อเปลี่ยน “ความปกติ” ให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ” 324
6.1.1.3 ระยะสาม: เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อผลักดันอุบาย ให้กลุ่มผู้สนับสนุนนำไปขับเคลื่อนต่อ 327
6.1.2 ลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์ และการทำงานของอุบาย 329
6.1.2.1 การจัดอันดับคู่ต่อสู้ 329
6.1.2.2 การใช้เรื่องเล่า 333

6.1.2.3 การเลือกใช้สื่อผสม 336
6.1.2.4 การผลิตวาทกรรมต่อต้าน 337
6.1.3 การเคลื่อนไหวของคนธรรมดาผ่านพื้นที่ออนไลน์ 337
6.1.3.1 กลุ่มผู้ส่งสาร 338
6.1.3.2 การวางแผน 339
6.1.3.3 การสื่อสาร 340
6.1.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ 342
6.1.4.1 การสั่งสมและครอบครองทุน 344
6.1.4.2 การแลกเปลี่ยนและการกระจายทุน 345
6.2 การอภิปรายผล 348
6.2.1 พลวัตการสื่อสารปากต่อปากผ่านวัฒนธรรมการสื่อสารต่างยุค 348
6.2.1.1 การพูดปากต่อปากเพื่อการขับเคลื่อนสังคม 348
6.2.1.2 เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อขยายศักยภาพการต่อสู้ของคนธรรมดา 350
6.2.2 การสร้างสรรค์และวิธีการต่อสู้ผ่านอุบายเพื่อต่อต้านอำนาจของโครงสร้างในหมู่ชนชั้นกลางในชีวิตประจำวัน 352
6.2.3 การขับเคลื่อนประเด็นปัญหาผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปสู่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม 355
6.2.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ 358
6.4 ข้อเสนอแนะ 359
6.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ 359
6.4.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป 363

รายการอ้างอิง 365

ประวัติผู้เขียน 383

Ref. code: 25615807300040CHL

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	การเปรียบเทียบสังคมเมืองกับสังคมชนบท	6
2.1	เปรียบเทียบการกบฏและปฏิวัติกับการต่อต้านในชีวิตประจำวัน	53
4.1	สถานะคู่ต่อสู้ของ ป้าทุบรถ	145
4.2	กระบวนการสร้างวาทกรรม “ผู้มีสิทธิอันชอบธรรม”	168
4.3	กระบวนการสร้างวาทกรรมต่อต้าน “ประชาชนผู้ถูกกลั่นแกล้งที่อดทนมานานกว่า 10 ปี”	170
4.4	กระบวนการสร้างวาทกรรมต่อต้าน “ประชาชนผู้ปกป้องบ้านของตัวเอง”	172
4.5	กระบวนการสร้างวาทกรรม “ผู้ว่าราชการรังแกประชาชน”	173
5.1	สรุปอุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์	268
5.2	กระบวนการสร้างวาทกรรม “หน่วยงานราชการที่เผอเรอ”	286
5.3	กระบวนการสร้างวาทกรรม “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้”	289
6.1	อุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ	330
6.2	อุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	331

Ref. code: 25615807300040CHL

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	เหตุการณ์ “รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็กนักเรียนบดินทร์”	1
1.2	สถิติผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนนตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2543 จนถึง 2556	7
1.3	สาเหตุของอุบัติเหตุบนท้องถนน	9
1.4	การอธิบายสาเหตุของอุบัติเหตุจากการจราจรว่าเกิดจากผู้ใช้ถนนเป็นหลัก	10
1.5	ชาวบ้านต่อต้านราชการด้วยการปลูกข้าวบนถนนชำรุด	13
1.6	ผู้ค้าย่านปากคลองตลาดปิดถนนประท้วงหน่วยงานราชการ	14
1.7	กรอบมโนทัศน์ของการวิจัย	23
2.1	การสร้างความเชื่อใจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์	35
2.2	จุดยืนในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม	41
3.1	เกณฑ์การเลือกกรณีศึกษา	65
3.2	ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ ข่าวสดออนไลน์	67
3.3	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ ข่าวสดออนไลน์	67
3.4	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ Mthai	68
3.5	ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Mthai	69
3.6	ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ อีจัน	70
3.7	ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ อีจัน	70
3.8	ตัวอย่างกระทู้บนเว็บบอร์ด Pantip	71
3.9	ตัวอย่างรายการวาไรตี้บน YouTube	72
3.10	ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์	73
3.11	โพสต์ตัวอย่างของ บาทวิถีชำรุด	74
3.12	โพสต์ความเดือดร้อนจากชนชั้นล่าง และ ความเดือดร้อนของคนพิการ	75
3.13	ตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ จาก pantip.com	76
3.14	ตัวอย่างของข่าวไทยรัฐออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์	77
3.15	แสดงกรอบเวลาการทำวิจัย	80
4.1	ตลาด 5 แห่งปิดล้อมรอบบ้าน ป้าทุบรถ	86
4.2	คลิปแถลงข่าวของกลุ่มป้าทุบรถ	87

Ref. code: 25615807300040CHL

4.3	ตัวอย่างของโพสต์จากผู้ใช้งานออนไลน์เลือกนำเสนอเพื่อแสดงให้เห็นว่า ป้าทุบรถ ใช้การสื่อสารแบบเห็นหน้าอย่างสุภาพเพื่อขอให้ผู้จอดรถย้ายที่ออกไป	88
4.4	กลุ่มป้าทุบรถแสดงหลักฐานความเดือดร้อนระหว่างการแถลงข่าว	90
4.5	เจ้าของเฟซบุ๊ค Theerapat Bureethan ผู้อ้างว่าเป็นผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้าน กล่าวถึง การเสียชีวิตของพ่อตนซึ่งเกิดจากมีผู้จอดรถขวางหน้าบ้านจนเอารถออกไปโรงพยาบาลไม่ทัน	94
4.6	คุณยุวนุช พงษ์เจริญ เพื่อนบ้านของป้าทุบรถที่ร่วมแถลงข่าวกับกลุ่มป้าทุบรถ	95
4.7	ภาพสลิงหน้าบ้านกลุ่มป้าทุบรถ	97
4.8	กระบะดอกไม้ที่มีการเปลี่ยนต้นไม้แล้วจากต้นโมกข์เป็นต้นเข็ม	98
4.9	ป้าทุบรถ แสดงให้เห็นว่ามีการทำตลาดหน้าบ้านของตนในอดีต	98
4.10	แสดงเอกสารจัดสรรที่ดินหมายเลขที่ 70/2526 ให้สื่อมวลชนดูในการแถลงข่าว	99
4.11	กองเอกสารที่ ป้าทุบรถ นำมาแสดงในรายการ เดอะ สแตนดาร์ด เดลี่	100
4.12	ป้ายหน้าบ้านของ ป้าทุบรถ ทั้งหมด 11 ป้าย	101
4.13	ป้ายประกาศระบุถึงคำพิพากษาของศาลปกครอง	102
4.14	ป้ายประกาศระบุถึงคำพิพากษาของศาลปกครองที่ใช้ฟอนต์ แวมไพร์ แทนฟอนต์ปกติ	103
4.15	ป้ายประกาศระบุถึงมติของชาวหมู่บ้านเสรีวิลล่าที่ร่วมมือกันต่อต้านตลาด	104
4.16	ป้ายประกาศห้ามการละเมิดสิทธิของตน อันอ้างอิงอำนาจจากกฎหมาย	105
4.17	ป้ายสาปแช่งผู้ละเมิดสิทธิ อันอ้างอิงอำนาจจากกฎศาสนา	105
4.18	สรุปการใช้สื่อระยะก่อนเกิดเหตุการณ์	107
4.19	ขวานมือและเสียม	109
4.20	ขวานมือ	109
4.21	แสตมป์สะสมชุดวันชาติ จำหน่ายวันที่ 5 ธันวาคม	110
4.22	บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ ในบทบาท นายทองเหม็น ภ.บางระจัน	111
4.23	รูปปั้นนายทองเหม็น ณ อนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน	112
4.24	น.ส.รานี ทุบรถที่จอดขวางหน้าบ้าน	112
4.25	เครื่องแต่งกายของ น.ส.ราณี แสงหยกตระการ	114
4.26	เครื่องแต่งกายของ น.ส.รัตนฉัตร แสงหยกตระการ	115
4.27	กลุ่มป้าทุบรถ ทราบว่ามีการอัดคลิปวิดิโออยู่	116
4.28	สรุปการใช้สื่อช่วง ระหว่างเกิดเหตุการณ์	117
4.29	พาดหัวข่าว	118

Ref. code: 25615807300040CHL

4.30 กระทู้ที่ต่อต้าน และกระทู้ที่สนับสนุน กรณีป้าทุบรถเผยแพร่ในเวลาใกล้เคียงกัน 119
4.31 กลุ่มป้าทุบรถ แถลงข่าวหน้าบ้าน 120
4.32 พาดหัวข่าวของไทยรัฐออนไลน์เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561 121
4.33 พาดหัวข่าวของไทยรัฐออนไลน์เผยแพร่วันที่ 22 ก.พ. 2561 121
4.34 โพสต์จาก pantip.com 122
4.35 จอมขวัญ แสดงอาการตกใจเมื่อได้ฟังคำอธิบายของผู้อำนวยการเขต 123
4.36 ป้าทุบรถ เหยียดยิ้มเมื่อได้ฟังคำตอบและเห็นท่าทางของผู้ร่วมรายการ 124
4.37 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์เผยแพร่วันที่ 23 ก.พ. 2561 125
4.38 แสดงการเปลี่ยนผ่านบทบาทของสื่อมวลชน 125
4.39 โพสต์ที่ผู้ใช้ Ajapim เขียนถึงกลุ่มตลาดที่กลับมาเปิดใหม่ 126
4.40 อันดับความนิยมของป้าทุบรถบนทวิตเตอร์ 127
4.41 ความเห็นของผู้ใช้จากเพจ ดราม่า แอดดิกต์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนเกิดจิตสำนึกสาธารณะขึ้น 128
4.42 คอมเมนต์ของกลุ่มผู้ใช้ที่วิจารณ์ผู้มีอำนาจมากกว่า 129
4.43 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์ 129
4.44 แสดงความสำเร็จของกลุ่มป้าทุบรถ 131
4.45 เดบบี้ แสงหยกตระการ หลานสาวของกลุ่มป้าทุบรถ โพสต์บนเฟซบุ๊ค 132
4.46 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์ 135
4.47 พาดหัวข่าวของ Teenee.com 136
4.48 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์ 138
4.49 รองสารวัตรจราจร สระแก้ว เดินสายประชาสัมพันธ์โครงการให้ผู้ขับขี่รถยนต์ 140
4.50 แสดงยุทธศาสตร์หลัก-ยุทธศาสตร์รองของฝ่ายโครงสร้าง 144
4.51 พาดหัวข่าวของ Spring News 146
4.52 พาดหัวข่าวจาก Springnews 147
4.53 ภาพล้อเลียนจากเพจ 8 BIT 148
4.54 กระทู้บนเว็บบอร์ดพันทิป 150
4.55 รายงานข่าวของ โพสต์ทูเดย์ 151
4.56 การนำเสนอของไทยรัฐออนไลน์ 151
4.57 กระทู้พันทิปแนะนำให้ป้าขายบ้านและย้ายไปอยู่ที่อื่น 153
4.58 กระทู้พันทิปวิพากษ์วิจารณ์ผู้ที่เข้าข้างสาวขับรถกระบะ 153
4.59 ตัวอย่างข่าวที่สื่อถึงพล็อตเรื่อง “10 ปีที่อดทนมานาน” 155

Ref. code: 25615807300040CHL

4.60 พัฒนาการเรื่องเล่าของกลุ่มป้าทุบรถ 156

4.61 ตัวอย่างข่าว “ระบบรัฐล่าช้า” แสดงให้เห็นว่าคอลัมนิสต์ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ พยายามย้ำว่าคู่ขัดแย้งของป้าทุบรถคือรัฐบาล ไม่ใช่เอกชน 156

4.62 พาดหัวข่าวของไทยรัฐออนไลน์ 157

4.63 อมรินทร์ทีวี และ ไทยรัฐออนไลน์ 158

4.64 ภาพ “ตลาดคืนชีพ” และภาพจากล้อเลียนจากเพจ Major Group 158

4.65 คลิปจากรายการ ข่าวข้น คนเนชั่น 160

4.66 คลิปจากรายการเม้นต์เม้าท์สายเผือก กับ บุ๋ม ปนัดดา 160

4.67 แผนที่แสดงตำแหน่งบ้านของ ป้าทุบรถ และตลาดทั้ง 5 แห่ง 161

4.68 การรวบรวมเรื่องเล่าออนไลน์มาจัดระบบโดยสื่อมวลชนกระแสหลัก 161

4.69 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มป้าทุบรถ ทราบว่ามีการอัดคลิปวีดิโออยู่แต่ไม่ได้ให้ความสนใจ 162

4.70 โพสต์จากกลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ซึ่งปกปิดตัวตนบนสื่อดิจิทัล 163

4.71 สื่อมวลชนถ่ายทอดภาพการนำเสนอเอกสารของกลุ่มป้าทุบรถ 164

4.72 การพูดแบบใส่อารมณ์ของกลุ่มป้าทุบรถ 165

4.73 รอยยิ้มของ ป้าทุบรถ ขณะฟังสัมภาษณ์ผู้อำนวยการเขตประเวศ 165

4.74 พาดหัวข่าวที่สนุกสนาน 175

4.75 ภาพ “ชูสองนิ้ว” ของคุณป้า 176

4.76 อุบายหลัก-อุบายรองของฝ่ายผู้ต่อต้าน 178

4.77 จากเพจทีมป้าทุบรถ เผยแพร่วันที่ 20 ก.พ. 2561 179

4.78 เผยภาพใบหน้า “จ่าพิชิต” ซึ่งปกติมักไม่เปิดเผยตัว 180

4.79 ตัวอย่างเพจ Drama-Addict เผยแพร่เมื่อวันที่ 19 ก.พ. 2561 181

4.80 จากเพจ อีเจี๊ยบ เลียบด่วน เผยแพร่เมื่อวันที่ 19 ก.พ. 2561 182

4.81 จากเพจ “อีจัน” “ชมรมช่วยเหลือเหยื่ออาชญากรรม” และ “The Matter” 186

4.82 จาก twitter.com เผยแพร่วันที่ 21 และ 22 ก.พ. 2561 187

4.83 กระทู้และความเห็นจากเพจ Pantip.com วันที่ 24 ก.พ. 2561 189

4.84 แอคเคาท์ Joe black ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561 191

4.85 แอคเคาท์เอกกี้ฯ และ STAR BEST ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561 192

4.86 แอคเคาท์ สังฆทาน ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 19 ก.พ. 2561 193

4.87 แอคเคาท์ HomieU ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 19 ก.พ. 2561 193

4.88 แอคเคาท์ ผู้หญิงเรื่องมาก หมามาก แมวมาก ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 19 ก.พ. 2561 193

4.89 กระทู้จาก Pantip.com เผยแพร่วันที่ 20 ก.พ. 2561 195
4.90 โพสต์กรณี ป้าทุบรถ มีการกดถูกใจ 2.6 หมื่นครั้ง 197
4.91 “จ่าพิชิต ขจัดพาลชน” 198
4.92 ตัวอย่างการสมมติตัวเองว่าเป็นผู้ประสบปัญหาจาก Pantip เมื่อ 22 ก.พ. 2561 200
4.93 ผู้ใช้ออนไลน์เข้ามาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเสียบิดาจากเหตุจอดรถขวางหน้าบ้านและถูกสื่อหยิบยกไปนำเสนอต่อ 200
4.94 การวิพากษ์วิจารณ์ถึงปัญหาคอร์รัปชั่น 201
4.95 การวิพากษ์วิจารณ์ถึงปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย 201
4.96 ภาพการ์ตูนของ “จ๊อด 8 ริ้ว” และ ภาพล้อเลียน Infinity War 202
4.97 คลิปจากรายการ Top Comment 203
4.98 ไทยรัฐออนไลน์ เผยแพร่เมื่อ 20 ก.พ. 2561 204
4.99 ตัวอย่างการติดแฮชแท็กของกลุ่มป้าทุบรถ จาก twitter 205
4.100 โพสต์ของนักข่าวคมชัดลึกชื่อ Somroutai จาก Twitter 205
4.101 กลุ่มผู้สนับสนุนถ่ายเซลฟี่หน้าบ้านป้าทุบรถ 206
4.102 โพสต์บอกเล่าว่ากลุ่มนายทุนพยายามกลับมาเปิดตลาดอีกครั้ง 207
4.103 การครอบครอง สั่งสมทุน แลกเปลี่ยน และกระจายทุนของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม 209
4.104 ภาพกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์แสดงหลักฐานความเดือดร้อนจากตลาด 211
4.105 พาดหัวข่าวจากข่าวสดออนไลน์ 212
4.106 ภาพถ่ายมุมสูงแสดงคฤหาสน์ของ ป้าทุบรถ 212
4.107 ข่าวจากเว็บไซต์มติชนออนไลน์ เผยแพร่วันที่ 20 ก.พ. 2561 214
4.108 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป เผยแพร่เมื่อวันที่ 21 ก.พ. 2561 215
4.109 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป ประจำวันที่ 21 ก.พ. 216
4.110 ภาพล้อเลียน หรือ “มีม” จาก Pixel Crazy 8bit วันที่ 22 ก.พ. 2561 217
4.111 ภาพจากเพจ หนังฝังมุก เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561 217
4.112 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป ประจำวันที่ 20 ก.พ. 2561 218
4.113 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป วันที่ 20 ก.พ. 2561 219
4.114 ส่วนหนึ่งจากโพสต์เพจทนายคู่ใจ วันที่ 20 ก.พ. 2561 พูดถึงกฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการจอดรถขวางหน้าบ้านผู้อื่น 220
4.115 สรุปการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสามกลุ่ม 223

Ref. code: 25615807300040CHL

5.1	ตัวอย่างเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	224
5.2	เพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	229
5.3	ภาพที่แสดงให้เห็น “ความไม่ปกติ” อันต่อต้านยุทธศาสตร์ของราชการ	230
5.4	การใช้คำสีสันและสัญลักษณ์ต่างๆ	231
5.5	การเรียกร้องความร่วมมือ	232
5.6	แอดมินเพจสร้างกิจกรรม “โหวต” แก่สมาชิก	233
5.7	การติด #ประเทศกูมี	234
5.8	ตัวอย่างข้อความในรูปภาพที่แอดมินใช้ตัวอักษรสีแดง	235
5.9	ตัวอย่างข้อความในรูปภาพที่แอดมินใช้ตัวอักษรสีน้ำเงิน	235
5.10	ตัวอย่างข้อความในรูปภาพที่แอดมินใช้ตัวอักษรสีเขียว	236
5.11	โพสต์ของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” (2562)	237
5.12	โพสต์ของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” (2561)	238
5.13	ตัวอย่างส่วนหนึ่งที่ผู้ใช้แสดงความเดือดดาลร่วมกับโพสต์	239
5.14	การโพสต์เปรียบเทียบกับฟุตบาทประเทศอังกฤษ	240
5.15	โพสต์แสดงการตั้งคำถาม	241
5.16	คอมเมนต์ต่อเนื่องของโพสต์ฟุตบาทแยกเกษตร	242
5.17	การโพสต์วิพากษ์วิจารณ์การทำงานของราชการ	243
5.18	การโพสต์แสดงการต่อว่า เสียดสี ประชดประชัน	244
5.19	โพสต์แสดงการวิเคราะห์และการแสดงความเคลือบแคลง	245
5.20	โพสต์แสดงการขยายประเด็นสู่หัวข้ออื่น	246
5.21	โพสต์เพื่อโจมตีกลุ่มคนชนชั้นล่าง	247
5.22	โพสต์แสดงการโจมตีกลุ่มคนธรรมดาระดับล่าง	248
5.23	โพสต์การขยายความเพื่อระบายอารมณ์	249
5.24	โพสต์แสดงความพยายามแก้ปัญหา	250
5.25	โพสต์แสดงการปลงต่อเหตุการณ์	251
5.26	โพสต์แสดงการหันกลับไปวิจารณ์หน่วยงานราชการ	251
5.27	ภาพถ่ายฟุตบาทในเมืองโฮจิมินต์ ซิตี้ ประเทศเวียดนาม	253
5.28	ภาพถ่ายบาทวิถีจากกรุงเทพฯ ประเทศไทย	253
5.29	ภาพถ่ายในสิงคโปร์ซึ่งแอดมินนำเสนอเพื่อบอกว่าบ้านเมืองเจริญมาก	254
5.30	ภาพถ่ายฟุตบาทแถวห้างสรรพสินค้าย่านสุขุมวิทซึ่งแอดมินนำเสนอเพื่อสื่อสารว่าแม้แต่ในพื้นที่ธุรกิจของไทย ฟุตบาทก็ยังเป็นสิ่งที่ไม่พัฒนา	254

5.31	การทดลองใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการต่อสู้ในประเด็นบาทวิถีของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	255
5.32	การเลือกคู่ต่อสู้หน่วยงานราชการ	257
5.33	เลือกคู่ต่อสู้คนอำนาจน้อยระดับล่าง	258
5.34	ภาพประกอบโพสต์การเจาะจงถึงผู้มีอำนาจ	259
5.35	หน้าเพจเฟซบุ๊คของนายสกถธี ภัททิยกุล ที่ผู้ใช้จะเจอเมื่อคลิกที่ข้อความ	260
5.36	หน้าเพจที่ถูกเชื่อมโยงมาหลังจากกดลิงค์ สำนักงานเขตบางแค	261
5.37	แสดงการเจาะจงการต่อสู้ถึงหน่วยงานราชการ	262
5.38	แผนผังองค์กรสำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร	263
5.39	ฝ่ายโครงสร้าง “เอาคืน” กลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อต้าน	264
5.40	แม่ค้าล้างภาชนะบนบาทวิถี	265
5.41	พนักงานขับมอเตอร์ไซค์จอดรถบนบาทวิถี	266
5.42	ขอทานต่างด้าวกลางบาทวิถี	266
5.43	การสร้างเรื่องราวของคนธรรมดา	269
5.44	การแสดงให้เห็นท่าทีของแอดมินที่เปลี่ยนไป	270
5.45	สดงพล็อตเรื่องของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	271
5.46	แอดมินยกย่อง การไฟฟ้านครหลวง เป็นฮีโร่ที่ช่วยสร้างบาทวิถีดีๆ ทั้งที่ความจริงเป็นหน้าที่ของหน่วยราชการอยู่แล้ว	272
5.47	การสร้างภาพตัวละครให้คนชั้นล่างเป็นผู้ร้าย	273
5.48	การสร้างภาพหน่วยราชการที่ย้อนแย้งกันเอง	274
5.49	การรายงานข่าวที่ตอกย้ำมายาคติของสังคม	275
5.50	ข่าวที่แสดงว่าสื่อมวลชนกระแสหลักเข้าข้างฝ่ายโครงสร้าง	276
5.51	สื่อมวลชนกระแสหลักทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่ฝ่ายโครงสร้าง	277
5.52	ตัวอย่างพาดหัวข่าวไทยรัฐออนไลน์	278
5.53	ตัวอย่างพาดหัวข่าวข่าวสดออนไลน์	279
5.54	ตัวอย่างพาดหัวข่าวทีนิวส์	279
5.55	ข่าวจักรยานยนต์ชนเด็กนักเรียนบนบาทวิถี	281
5.56	การไม่สานต่อแคมเปญของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์	282
5.57	ตัวอย่างกิจกรรมที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ พยายามดำเนินการ	283
5.58	การจัดระเบียบข้อมูลโดยเพจ ปั่นเมือง ซึ่งเป็นเพจพันธมิตร	283
5.59	ภาพที่แสดงถึงวาทกรรม “ทำอะไรคือไทยแท้”	288

Ref. code: 25615807300040CHL

5.60	โพสต์แสดงการสร้างภาพขั้วตรงข้าม	291
5.61	โพสต์แสดงการเปรียบเทียบสภาพบาทวิถีกับต่างประเทศ	293
5.62	ความเห็นของกลุ่มผู้ใช้ที่ต่อต้านความคิดเห็นของแอดมิน	294
5.63	ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลจากเพจ CSI LA (2562)	296
5.64	การส่งต่อข่าวจากสื่อกระแสหลัก (ซ้าย) และ การส่งต่อข่าวจากผู้ใช้ธรรมดา (ขวา)	297
5.65	การ “ยืมกำลัง” จากผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์อื่น	298
5.66	ตัวอย่างการไม่นำเสนอประเด็นด้วยเหตุผล	302
5.67	ตัวอย่างการให้ความเห็นปลายปิด	303
5.68	โพสต์ที่แสดงให้เห็นการบอกเล่าประสบการณ์ของผู้ใช้	304
5.69	ตัวอย่างโพสต์ความเดือดร้อนบนท้องถนนที่มีต้นเหตุมาจากกลุ่มชนชั้นล่าง	305
5.70	รายงานข่าวที่ถูกหยิบยกไปนำเสนอบนสำนักข่าวข่าวสด	307
5.71	รายงานข่าวที่ถูกหยิบยกไปนำเสนอบนสำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์	308
5.72	รูปแบบการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้าน	310
5.73	ตัวอย่างโพสต์การแชร์ข่าวจากสำนักข่าวอื่น และ การโพสต์คลิปวิดีโอที่ถ่ายทำเอง	312
5.74	การสร้างเครือข่ายของสมาชิก	313
5.75	การสร้างเครือข่ายของสมาชิก	313
5.76	การสร้างเครือข่ายของสมาชิก	314
5.77	แสดงการโพสต์ข่าวสารต่อเนื่อง	315
5.78	การแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้าน	318
6.1	จุดประสงค์ของการบริหารและฉวยใช้สื่อ	321
6.2	โครงเรื่องของกรณีศึกษา ป้าทุบรถ	334
6.3	โครงเรื่องของกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	335
6.4	รูปแบบการสั่งสม ครองครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนของกลุ่มป้าทุบรถ	343
6.5	รูปแบบการสั่งสม ครองครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	343
6.6	สรุปการแลกเปลี่ยนและการกระจายทุนของกลุ่มป้าทุบรถ	347
6.7	สรุปการแลกเปลี่ยนและการกระจายทุนของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”	347

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความเดือดร้อนบนท้องถนนกับความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการไทย

คนเมืองส่วนใหญ่ใช้ชีวิตบนท้องถนนเป็นกิจวัตร ไม่ว่าในฐานะวณิพก พ่อค้าแม่ค้าหาบเร่ พนักงานขับขี่จักรยานยนต์รับจ้าง นักเรียนนักศึกษา พนักงานกินเงินเดือน หรือเจ้าของรถยนต์หรูมียี่ห้อ คนเมืองต่างใช้พื้นที่สาธารณะอย่างท้องถนนเพื่อรับใช้จุดประสงค์ส่วนตัวต่างๆ นานาตราบเท่าที่ไม่ละเมิดสิทธิของผู้อื่น

แต่เพื่อให้การใช้พื้นที่บนท้องถนนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เท่าเทียมและทั่วถึงกัน พลเมืองของรัฐจึงยอมสละอำนาจในการใช้สาธารณสมบัติบางส่วนและจ่ายเงินภาษีให้หน่วยงานราชการเข้ามาบริหารจัดการท้องถนน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าหน่วยงานราชการไทยอาจล้มเหลวในการจัดระเบียบพื้นที่บนท้องถนนให้ประชาชนทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเท่าเทียมกัน

“รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็กนักเรียนบดินทร์ 3 ที่ยืนอยู่บน ‘ทางเท้า’ จนบาดเจ็บร้องลั่น ล่าสุดรถพยาบาลมารับตัวไปรักษาแล้ว เหตุเกิดบริเวณปากซอยลาดพร้าว 69 ด้านชาวเน็ตโกรธจัด กฎหมายปราบไม่เคยได้!”
ข้อความบนเพจ Facebook ของเรื่องเด่นเย็นนี้ (รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็ก, 27 พ.ย. 2561)

ภาพที่ 1.1 เหตุการณ์ “รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็กนักเรียนบดินทร์”

Ref. code: 25615807300040CHL

เหตุการณ์ “รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็กนักเรียนบดินทร์” เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2561 ซึ่งเกิดเหตุจากพนักงานส่งเอกสารขับขี่รถจักรยานยนต์บนบาทวิถีอย่างผิดกฎหมายและชนเข้ากับเด็กนักเรียนหญิงจากโรงเรียนบดินทร์เดชา สิงหเสนีย์ จนเด็กหญิงได้รับบาดเจ็บต้องนำตัวส่งโรงพยาบาล

ข่าวนี้กลายเป็นประเด็นใหญ่โด่งดังไปทั่วประเทศ สำนักข่าวกระแสหลักและผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ของไทยต่างพร้อมใจกันกำหนดวาระให้พื้นที่ข่าวจนกลายเป็นกระแสบอกต่อไปทั้งสังคม แต่ที่ผู้วิจัยเห็นว่าน่าสนใจอย่างยิ่งคือการตอบสนองของหน่วยงานราชการ โดยหลังเกิดเหตุการณ์ระยะหนึ่ง สำนักงานตำรวจโชคชัยดำเนินคดีกับพนักงานส่งเอกสารผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในข้อหาผิด พ.ร.บ.ทางบก อัตราโทษปรับไม่เกิน 1 พันบาท และ พ.ร.บ.เกี่ยวกับความสะอาดบนทางเท้า อัตราโทษปรับไม่เกิน 5 พันบาทขณะที่ พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (กทม.) ให้คำอธิบายต่อเหตุการณ์ไว้ดังต่อไปนี้

> ผมว่าคนขับขี่รถจักรยานยนต์บนทางเท้าต้องแก้พฤติกรรมและต้องแก้สันดานด้วย อย่าไปทำแบบนั้น ผมไม่ได้พูดหยาบคาย เพราะสันดรมันยังขุดได้ เอาจอบขุดได้ แต่สันดานขุดได้ยาก ดังนั้นมนุษย์ต้องขัดเกลากันด้วยจริยธรรม คนที่ชอบขับขี่รถบนทางเท้า ลองคิดดูบ้างว่า ลูกหลานของท่านโดนรถชนจะเป็นยังไง ฝากไปถามถึงคนที่ชอบด้วยว่า คุณขี่ไปชนลูกตนเองบ้างจะรู้สึกยังไง (“ต้องแก้สันดานด้วย!,” 2561)

ขณะที่ ศาลแขวงพระนครเหนือ ถนนรัชดาภิเษกยังมีคำพิพากษายังสั่งจำคุก 2 เดือน พนักงานส่งเอกสาร (แต่รับสารภาพและไม่เคยต้องโทษจำคุกมาก่อน จึงลดโทษเหลือเพียงกักขัง 1 เดือน) โดยอ่านคำพิพากษาช่วงตอนหนึ่งดังต่อไปนี้

> . . .การที่จำเลยขับรถจักรยานยนต์ด้วยความเร็วบนทางเท้าเพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรที่ติดขัด เป็นการกระทำเพื่อประโยชน์ของจำเลยแต่ฝ่ายเดียว โดยไม่คำนึงถึงความปลอดภัยและความเดือดร้อนของผู้ใช้ทางเท้า จนเป็นเหตุให้เฉี่ยวชนผู้เสียหายซึ่งเดินบนทางเท้าได้รับอันตรายแก่กาย อันเป็นการจงใจฝ่าฝืนกฎหมายที่มีไว้คุ้มครองผู้ใช้ทางเท้า และยังเป็นการขาดจิตสำนึกต่อสังคมส่วนรวม อีกทั้งจำเลยเคยกระทำความผิดในลักษณะเดียวกันกับคดีนี้มาก่อน แต่ไม่ถูกจับดำเนินคดีอาญาพฤติการณ์แห่งคดี จึงเป็นเรื่องร้ายแรง... (“จำคุก จยย. 2 เดือน,” 2562)

หากพิจารณาคำอธิบายของหน่วยงานตำรวจ เขตกรุงเทพมหานคร และศาลยุติธรรมดังกล่าวข้างต้นแล้ว เราจะเห็นว่าการอธิบายมีแนวโน้มประสานเสียง (orchestrate) ไปที่การวิพากษ์วิจารณ์จิตสำนึกและทวงถามความรับผิดชอบของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ เน้นย้ำว่าผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ต้องรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ และลงท้ายด้วยการลงโทษผู้กระทำผิดเพื่อเป็นเยี่ยงอย่าง ซึ่งด้านหนึ่ง ผู้วิจัยก็เห็นว่าคำอธิบายเหล่านี้สมเหตุสมผลเนื่องจากหน่วยงานราชการมีหน้าที่บังคับใช้

กฎหมายเพื่อสร้างความสงบสุขแก่ท้องถนน แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีคำอธิบายอีกอย่างน้อยชุดหนึ่งที่ถูกทำให้หายไปจากความสนใจของสาธารณชน นั้นคือมุมมองที่เสนอว่าการบริหารงานอันล้มเหลวของหน่วยงานด้านการจราจรของไทยเป็นตัวการที่อยู่เบื้องหลังอุบัติเหตุครั้งนี้

"...วันเกิดเหตุกำลังไปส่งงานที่ ซอยลาดพร้าว 112 แต่เนื่องจากมีการก่อสร้างรถไฟฟ้า การจราจรติดขัดเป็นอย่างมาก จึงขับขึ้นไปบนทางเท้า..." ("'แมสเซนเจอร์' ชนนักเรียนบนทางเท้า," 2561)

จากตัวอย่างซึ่งเป็นมุมมองของผู้ก่อเหตุ ตัวการที่ทำให้ตนเองต้องขับรถจักรยานยนต์ขึ้นบนบาทวิถีนั้นส่วนหนึ่งก็เกิดจากการบริหารงานที่ล้มเหลวของหน่วยงานราชการซึ่งทำให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดอย่างหนักบริเวณลาดพร้าว ปัญหารถติดนั้นเรื้อรังอย่างต่อเนื่องยาวนานดังที่เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2561 (ก่อนหน้าอุบัติเหตุราว 4 เดือน) ไทยรัฐออนไลน์ทำรายงานพิเศษต่อประเด็นข่าวนี้โดยระบุว่า

"ชาวกรุงบ่นกันทั่วบ้านทั่วเมือง หลังจากเมื่อช่วงเย็นวันศุกร์ที่ 3 สิงหาคม ที่ผ่านมานั้น การจราจรในกรุงเทพฯ ติดหนักแบบ 'วินาศสันตะโร'..." ("รถติดอะไร?," 2561)

เห็นได้ว่าปัญหารถติดที่ไม่เพียงเกิดขึ้นชั่วคราวแต่ต่อเนื่องยาวนานอย่างน้อย 4 เดือนนี้เป็นเหตุกดดันให้ผู้ใช้รถใช้ถนนทุกคนเริ่มทนไม่ได้และต้องเริ่มฝ่าฝืนกฎหมายเพื่อเอาตัวรอดในสังคม ขณะที่อีกคำอธิบายหนึ่งที่ไม่ได้รับการหยิบยกมากล่าวถึงสักเท่าไหร่นักคือการเสนอว่าเจ้าพนักงานตำรวจบริเวณถนนลาดพร้าวเป็นสาเหตุของปัญหาเนื่องจากไม่กวดขันและบังคับใช้กฎหมายจราจรอย่างจริงจนเป็นสาเหตุทำให้เกิดวัฒนธรรมการขับขี่บนบาทวิถีเพราะเห็นว่าสะดวกและคนอื่นๆ ก็ขับขี่บนบาทวิถีกันได้ ("เพิ่มโทษปรับ," 2561)

เมื่อพิจารณาถึงกระแสตอบรับเห็นได้ว่าประชาชนเองก็ประสานเสียง (orchestrate) รับเอาคำอธิบายของภาครัฐเหล่านี้มาเป็นของตนเองดังตัวอย่างต่อไปนี้

> @Mossmurf: ยิ่งคิดก็ยิ่งทุเรศ เพราะความมักง่ายของคน ทำให้คนอื่นเดือดร้อน ละไงอะ รู้สึกผิดทีหลังหรอ หรือคิดว่าพูดขอโทษแล้วจบ เฮงซวยยยยยย
>
> @J OR J.: ถ้ามีรูปทะเบียนรถ ก็ทำเป็นหลักฐาน ส่งแจ้งความได้เลย ในฐานขับขี่บนทางเท้า 1 กระทง และให้เป็นหลักฐานในการขับขี่ประมาทจนผู้อื่นรับบาดเจ็บอีก 1 ("ฟุตบาทไม่ปลอดภัย," 2561)

จากหลักฐานดังกล่าวมาสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานราชการพยายามประสานเสียงอธิบายอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นว่ามาจากจิตสำนึกอันบกพร่องของประชาชน จำต้องลงโทษผู้กระทำผิดมิให้เป็นเยี่ยงอย่างแก่สังคม ขณะที่ประชาชนส่วนใหญ่เองก็รับเอาคำอธิบายนี้มาเป็นของตัวและให้ความเห็นสนับสนุนคำอธิบายนี้ ผลสุดท้ายปัญหา

Ref. code: 25615807300040CHL

แต่ขณะเดียวกันก็พยายามปกปิดคำอธิบายว่าการบริหารงานจราจรอันล้มเหลวก็อาจเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาเช่นกัน สุดท้ายบทสรุปของเหตุการณ์ “รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็กนักเรียนบดินทร์” คือการนำผู้ขับขี่จักรยานยนต์มาลงโทษตามกฎหมาย แต่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานอันล้มเหลวของหน่วยงานราชการส่งผลให้ปัญหาเหล่านี้วนเวียนเกิดซ้ำซากอย่างไม่จบสิ้น เวลาต่อมาจึงเกิดอุบัติเหตุ “วัยรุ่นขับมอเตอร์ไซค์ชนชายวัย 55 ปีบนทางเท้า” เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2562 (“ตร.แจ้ง 2 ข้อหา,” 2562) และ “มอเตอร์ไซค์ขี่บนทางเท้า พุ่งชนหนุ่มไลน์อย่างจัง ขณะยืนซื้อราดหน้าตามออร์เดอร์” เมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2562 (“เอาอีกแล้ว,” 2562) ตามมา

ทั้งนี้เมื่อย้อนมองในประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยพบว่าผู้ปกครองประสบความสำเร็จในการสร้างคำอธิบายที่ทำให้ปัญหาบนท้องถนนกลายเป็น “ความปกติ” และราชการสามารถลอยนวลพ้นไปจากความรับผิดชอบดังแจกแจงต่อไป

ท้องถนนกับสังคมเมือง: วิกฤตที่ถูกทำให้กลายเป็นเรื่อง “ปกติ”

Scott Haine et al. (2004) เล่าถึงถนนในสังคมเมืองว่าพื้นที่ถนนเป็นแหล่งรวมปัญหาสารพัดที่เกิดขึ้นควบคู่กับการพัฒนาเมืองมาโดยตลอด เนื่องจากหลังปฏิวัติอุตสาหกรรม ราชการของประเทศแถบยุโรปไม่ประสบความสำเร็จในการควบคุม ออกแบบ และจัดสรรพื้นที่ข้างถนนอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นพื้นที่ชั้นดีจึงถูกชนชั้นนำของสังคมจับจองไปสร้างเป็นวิหาร เป็นที่พักขุนนาง ส่วนพื้นที่ชั้นรองถูกจับจองโดยชนชั้นพ่อค้า เพื่อสร้างเป็นตลาด หรือพื้นที่สังสรรค์ทำกำไร พื้นที่เหลือจองอันน้อยนิดตกเป็นของชนชั้นแรงงานซึ่งความไม่ยุติธรรมนี้สร้างความคับข้องใจให้แก่ประชาชนในสังคมยุโรปอย่างมาก ยิ่งเมื่อก้าวเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเต็มตัวในศตวรรษที่ 14 เมื่อระบบเศรษฐกิจและการธนาคารก้าวหน้าขึ้นทำให้กลุ่มนายทุนพลิกขึ้นเป็นชนชั้นนำ เกิดภาวะ “ยิ่งได้เปรียบยิ่งเอาเปรียบ” เมื่อนายทุนเบียดบังเอาพื้นที่ของชนชั้นอื่นมาเป็นของตน และใช้อำนาจทางเศรษฐกิจเพื่อกดดันให้หน่วยงานราชการพัฒนาถนนและวางผังเมืองเพื่อประโยชน์ทางพาณิชย์ส่วนตัว

การวางผังเมืองและพัฒนาถนนที่สะท้อนถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคมนี้เองที่ทำให้จิตสำนึกของผู้คนเริ่มรับรู้ “การแบ่งแยก” เป็นเรื่องธรรมดา การแบ่งเขตร้านค้า ที่พักอาศัย และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจนั้นดูผิวเผินอาจเป็นไปเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยในสังคม หากแต่แท้จริงกลับทรงประสิทธิภาพในการแบ่งแยกชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นล่างออกจากกัน ไม่ให้ปะปนและไม่ต้องปฏิสังสรรค์ระหว่างกัน สุดท้ายการแบ่งแยกนี้จึงทำให้ความสัมพันธ์ของคนเมืองเปราะบางลง ยากจะรวมตัวกันเพื่อต่อสู้กับราชการเมื่อเป็นฝ่ายถูกเอารัดเอาเปรียบ

เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างคนเมืองต่างชนชั้นเปราะบางลง ในศตวรรษที่ 17 และ 18 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ระบบราชการเริ่มเข้มแข็งเนื่องจากความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและความมั่นคงทางการเมือง หน่วยงานราชการจึงเริ่มประกาศควบคุมกิจกรรมบนท้องถนนอย่างจริงจัง เช่น กฎหมายห้ามจอดรถขนฟาง ห้ามหมูวิ่งบนถนน ห้ามทิ้งขยะบนถนนสาธารณะ รวมถึงในศตวรรษที่ 18 รัฐบาลยุโรป

Ref. code: 25615807300040CHL

ประสบความสำเร็จในการสำรวจและจดทะเบียนอาคารบ้านเรือนต่างๆ เพื่อควบคุมกิจกรรมและสอดส่องการกระทำผิดของผู้คนบนท้องถนน การควบคุมอันหนักหน่วงของหน่วยงานราชการนั้นทำให้คนเมืองอึดอัดและหลีกเลี่ยงที่จะใช้พื้นที่ถนนทำกิจกรรมหลากหลาย พื้นที่บนท้องถนนจึงกลายเป็นเพียงพื้นที่สัญจรไปมา (spatial mobility) เท่านั้น

ยิ่งในยุคศตวรรษที่ 19-20 เกิดระบบการขนส่งมวลชนความเร็วสูงขึ้นมากมาย เช่น รถไฟฟ้าใต้ดิน หรือการใช้รถยนต์ส่วนตัวที่แพร่หลาย ทำให้เวลาที่คนเมืองจะสานสัมพันธ์ระหว่างกันยิ่งหดสั้น ซ้ำร้ายพื้นที่สาธารณะต่างๆ ในสังคม เช่น สวนสาธารณะ ร้านกาแฟ ร้านเหล้า ยังถูกชนชั้นนายทุนแปรเปลี่ยนเป็น “พื้นที่การขาย” เช่น ตลาดนัดในสวนสาธารณะที่มีพื้นที่คับแคบ ไม่มีที่ให้นั่งกิน มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้คนซื้อสินค้าและออกจากพื้นที่ให้เร็วที่สุดเพื่อต้อนรับลูกค้ารายใหม่ ร้านกาแฟสมัยใหม่ที่ไม่ต้อนรับการถกเถียงประเด็นหนักๆ ของสังคม ทั้งหมดนี้หล่อหลอมให้คนเมืองปัจจุบันอยู่อย่างตัวใครตัวมัน

ผู้วิจัยเห็นว่าภาวะที่สายสัมพันธ์ของคนในสังคมเมืองเปราะบางลงเรื่อยๆ นั้นไม่ได้เกิดขึ้นอย่างบังเอิญ หากแต่เป็นความตั้งใจของอำนาจรัฐและอำนาจนายทุนที่จะควบคุมพื้นที่ถนนและสร้างให้เกิดวัฒนธรรม “ตัวใครตัวมัน” และทำให้คนธรรมดาขาดศักยภาพในการรวมตัวเพื่อต่อสู้ต่อต้าน ผลลัพธ์คือปัญหาบนท้องถนนที่เกิดขึ้นในสังคมเมืองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันกลายเป็นปัญหาที่คนเมืองถูกทำให้เชื่อว่า แก้ไขไม่ได้ และในเวลาเดียวกัน Michel de Certeau (1988) ยังแสดงทัศนะว่าการควบคุมของรัฐและนายทุนดังว่าจะหล่อหลอมให้คนเมืองเชื่อไปว่าปัญหาที่พวกตนเผชิญหน้า เช่น รถติด ฝุ่นควัน บาทวิถีชำรุด ฯลฯ เป็นเรื่องสามัญประจำวัน (everyday life) เป็นเสมือนราคาที่ต้องจ่าย (a price to pay) เพื่อการใช้ชีวิตในเมืองใหญ่ที่ได้เปรียบคนในพื้นที่อื่น

Louis Wirth (1938) แสดงทัศนะสอดคล้องว่าปัญหาบนท้องถนนนั้นเป็นปัญหาสองรูปแบบ ด้านหนึ่งคือความขัดแย้งเชิงสังคมที่มีรากแก้วมาจากความขัดแย้งทางชนชั้นและความไม่เท่าเทียม อีกด้านหนึ่งคือความขัดแย้งทางวัฒนธรรมทั้งภายใน เช่น วิธีคิด ความเชื่อ ค่านิยม การพูด และภายนอก เช่น การแต่งกาย การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้อื่น ความขัดแย้งอันซับซ้อนดังกล่าวนี้ทำให้คนเมืองเกิดความเครียด มีผลต่อระบบประสาท รู้สึกแปลกแยกจากสังคม แยกตัวจากผู้คน ส่งผลให้เกิดลักษณะโครงสร้างทางสังคมแบบใหม่ดังต่อไปนี้

1. การขยายตัว (growth) และความหลากหลาย (diversity) ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างคนเมืองยิ่งเปราะบาง

2. การติดต่อของผู้คนในสังคมเมืองเป็นไปอย่างผิวเผิน และชั่วคราวเพียงด้านใดด้านหนึ่ง

3. การปราศจากความผูกพันทางด้านจิตใจและอารมณ์อย่างใกล้ชิดระหว่างผู้อยู่อาศัยในละแวกเดียวกันทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อหาประโยชน์ซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะร่วมมือและช่วยเหลือกัน

Ref. code: 25615807300040CHL

4. ผู้มีอำนาจเข้าควบคุมสังคมผ่านกลยุทธ์ (strategy) ที่เป็นทางการ เช่น กฎหมาย จราจร การออกใบสั่ง การจับปรับ อย่างสะดวกโดยไม่มีแรงต่อต้านมากนัก

เราอาจเปรียบชีวิตคนเมืองกับชีวิตคนชนทบเพื่อให้เกิดความเข้าใจภาพรวมของวิถีชีวิตคนเมืองดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1.1

การเปรียบเทียบสังคมเมืองกับสังคมชนบท

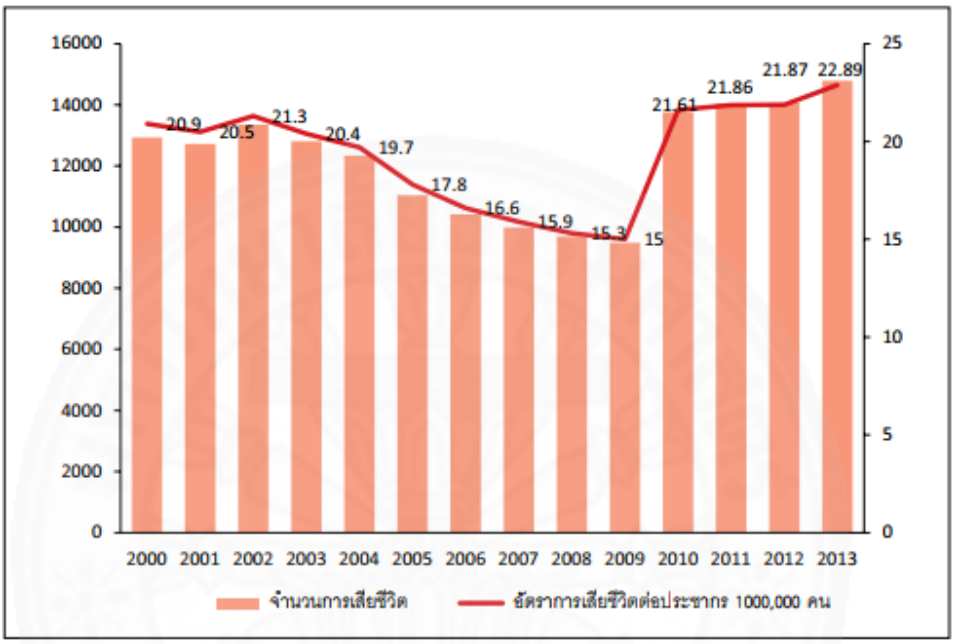
ประเด็น / สังคม	**เมือง**	**ชนบท**
ความสัมพันธ์ทางสังคม	ผู้คนมีความสัมพันธ์ระหว่างกันน้อย	ผู้คนมีความสัมพันธ์ระหว่างกันมาก
รูปแบบของความสัมพันธ์ทางสังคม	เป็นส่วนตัว ผิวเผิน ชั่วคราว เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง มุ่งหวังเพียงบรรลุเป้าหมายของตน ผู้คนไม่มีความผูกพันอย่างใกล้ชิดด้านอารมณ์	สนิทสนมและไม่เป็นส่วนตัวในแทบทุกมิติของชีวิต มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีสัญชาตญาณของความร่วมมือ
การเป็นสมาชิกของกลุ่ม	ชาวเมืองมักเป็นสมาชิกของกลุ่มหลายกลุ่ม ทำให้ขาดจิตสำนึกไม่จงรักภักดีต่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเฉพาะ และมักปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเพื่อผลประโยชน์	ชาวชนบทมักเป็นสมาชิกของกลุ่มเพียงกลุ่มเดียว ส่งผลให้มีความเป็นปึกแผ่นต่อชุมชนและสังคมสูง
ความหนาแน่นของประชากร	ประชากรในเมืองมีจำนวนมากและมีความหนาแน่นสูงส่งผลให้เกิดการแบ่งงานกันทำ เกิดชนชั้นจากการทำงาน	ประชากรในชนบทมีจำนวนไม่มาก คนๆ หนึ่งต้องมีทักษะแรงงานที่หลากหลายภายใต้บริบททางสังคมชนบท

หมายเหตุ. จาก “Urbanism as a Way of Life,” by Louis Wirth, 1938, *American Journal of Sociology 44*(1), 1-24. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/2768119

ผู้วิจัยเห็นว่าความเดือดร้อนบนท้องถนนของสังคมไทยถือเป็นตัวอย่างรูปธรรมหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากการกดขี่ของหน่วยงานราชการที่มีต่อชาวเมืองผู้มีสายสัมพันธ์อันเปราะบางระหว่างกัน ข้อมูลจากสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (2556) แสดงแนวโน้มอุบัติเหตุ การ

Ref. code: 25615807300040CHL

บาดเจ็บ และการเสียชีวิตจากการจราจรทางบกต่อประชากร 100,000 คนของไทยชี้ว่าอัตราผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดในปี 2553 และมีอัตราผู้เสีย ชีวิต 21.87 และ 22.89 คนต่อประชากร 100,000 คนในปี 2555 และ 2556 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุบัติบนท้องถนนมีแนวโน้มแต่จะพุ่งสูงขึ้น ไม่ลดลง



ภาพที่ 1.2 สถิติผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุบนท้องถนนตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2543 จนถึง 2556. จาก *รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุบนท้องถนน พ.ศ. 2559*, โดย สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2556. สืบค้นจาก http://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/PDF/2560-10/25601018-Safty2559.pdf

นอกจากปัญหาในภาพกว้างดังกล่าว ท้องถนนไทยยังมีปัญหาระดับจุลภาคมากมาย ข้อมูลจากสายด่วน 1555 ที่เปิดบริการประชาชนมาตั้งแต่ปี 2552 รวมแล้วกว่า 9 ปีเต็มระบุว่าปัญหาส่วนใหญ่ที่ชาวเมืองรายงานเข้ามามากที่สุดหนีไม่พ้นปัญหาชีวิตบนท้องถนน เช่น เรื่องหาบเร่แผงลอย จักรยานยนต์ขับขี่หรือจอดกีดขวางทางเท้า ไปจนถึงปัญหาน้ำท่วมขัง ท่อแตก สุนัข แมวจรจัดไร้การควบคุม (“สังคมเมืองกรุงยุค 4.0 ต้มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป-ทำกับข้าวถูกร้องเรียน,” 2561)

หากดูเฉพาะสถิติร้องเรียนในปี 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนพฤศจิกายน ของศูนย์รับแจ้งทุกข์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร (กทม.) รับเรื่องมา เราจะพบว่ามีประชาชนมาร้องเรียนกว่า 6.6 หมื่นเรื่อง เรื่องที่ร้องเรียนเข้ามามากที่สุดแบ่งเป็น 5 เรื่องสำคัญตามลำดับคือ อันดับหนึ่ง ปัญหาเสียงดังรบกวน กลิ่นไม่พึงประสงค์จำนวน 1.3 หมื่นเรื่อง อันดับสอง กระทำผิดในที่สาธารณะ เช่น ตั้ง

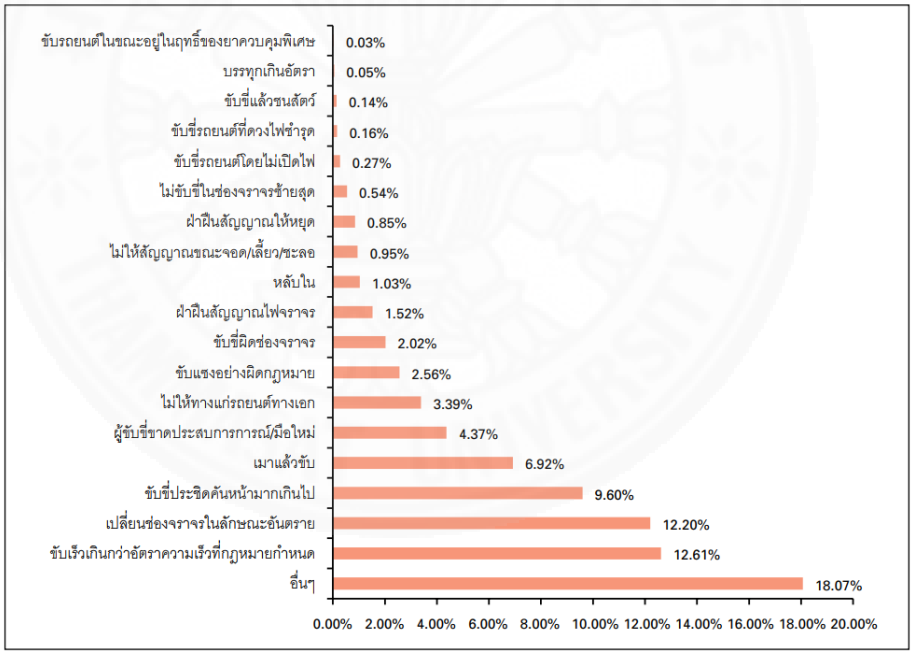
วางสิ่งของกีดขวาง จอดรถกีดขวางทางสัญจร ขอให้รื้อถอนสิ่งก่อสร้างรุกล้ำที่สาธารณะ จำนวน 1.1 หมื่นเรื่อง อันดับสาม ปัญหาการจราจร อาทิ ขอให้ติดตั้ง ซ่อมแซม เคลื่อนย้ายป้าย เครื่องหมายจราจร วัสดุตกหล่นบนผิวจราจร จำนวน 5,444 เรื่อง อันดับสี่ ปัญหาท่อระบายน้ำ เช่น ขุดลอกท่อระบายน้ำ ฝาท่อชำรุด ปรับระดับขอบบ่อพักระบายน้ำกับผิวถนน จำนวน 5,092 เรื่อง และ อันดับห้า ปัญหาขยะและสิ่งปฏิกูล อาทิ พนักงานไม่เก็บมูลฝอย ทิ้งขยะไม่ถูกที่ ขยะตกค้าง จำนวน 4,973 เรื่อง เห็นได้ว่าปัญหาเกือบทั้งหมดเกิดขึ้นบนท้องถนนซึ่งเป็นที่สาธารณะและผู้คนใช้งานร่วมกัน (“สังคมเมืองกรุงยุค 4.0 ต้มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป-ทำกับข้าวถูกร้องเรียน,” 2561)

สำหรับสังคมไทย ผู้วิจัยพบว่าปัญหาบนท้องถนนอันเรื้อรังนั้น ด้านหนึ่งก็เกิดจากการที่คนเมืองถูกยุทธศาสตร์ (strategy) อันผลิตโดยฝ่ายโครงสร้าง (structure) อย่าง หน่วยงานราชการ กลุ่มนายทุน สื่อสารมวลชน ครอบงำความคิดไว้อย่างแน่นหนา ศิริรุ่ง ศรีสิทธิพิศาลภพ (2559) วิพากษ์วิจารณ์การทำงานของสื่อสารมวลชนต่อกรณีปัญหาบนท้องถนนโดยอ้างการสัมภาษณ์ธนะพงษ์ จินวงษ์ ผู้จัดการศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยบนท้องถนน (ศวปถ.) ว่า “การประสานเสียง” (orchestrate) ระหว่างสถาบันสื่อมวลชน กลุ่มนายทุน และหน่วยงานราชการเพื่อสร้างมายาคติให้คนเมืองเชื่อไปว่าสาเหตุของอุบัติเหตุบนท้องถนนเกิดจากคนเมืองเอง เช่น ความประมาท ความเลินเล่อ การไม่ปฏิบัติตามกฎหมายจราจร ยุทธศาสตร์เหล่านี้ทำให้กลุ่มผู้มีอำนาจหลุดรอดจากความรับผิดชอบและไม่ต้องแก้ปัญหา ร้อยละ 24 ของคนไทยหรือ 1 ใน 4 เชื่อว่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นป้องกันไม่ได้ อุบัติเหตุเป็นเคราะห์ร้าย โชคชะตา อาถรรพ์ สื่อก็พยายามผลิตซ้ำ Blaming the victims ตอกย้ำว่าเป็นความประมาท ผิดพลาดของเหยื่อ โดยขาดข้อมูลเชิงสาเหตุและรากปัญหา สื่อชี้นำและชวนสรุปเพียงว่าเป็นเหตุสุดวิสัยและยังวนเวียนอยู่เพียงต้องแก้จิตสำนึกของคน

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดของการทำงานของสื่อมวลชนที่มีผลตอกย้ำมายาคติเรื่องอุบัติเหตุเกิดจาก “คน” นั้นเช่น ข่าว “7 วัน ปีใหม่ยอดดับ 423 ราย เจ็บกว่า 4,000 คน เหตุเมาขับ ลดลงจากปี 60” (ไทยรัฐออนไลน์, 2560) ที่อ้างการแถลงข่าวของนายสุธี มากบุญ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยที่นำยอดผู้เสียชีวิตว่าสาเหตุที่ยอดผู้เสียชีวิตจากอุบัติเหตุลดลงในปี 2560 เกิดจากคนกินเหล้าแล้วขับน้อยลง ด้วยเหตุนี้การแก้ปัญหาอุบัติเหตุบนท้องถนนไทยจึงเป็นการแก้ไขปัญหาว่ารณรงค์ปลูกจิตสำนึกเพื่อให้เปลี่ยนพฤติกรรม เช่น กินเหล้า=อาชญากรรม ง่วงไม่ขับ เมาไม่ขับกลับปลอดภัย ฯลฯ คือเน้นให้คนมีจิตสำนึกและเห็นความสำคัญของความปลอดภัยทางถนน และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยมุ่งไปที่การออกกฎหมายหรือมาตรการต่างๆ แต่กลับใช้ไม่ได้ผลมากนัก เพราะอัตราการตายเนื่องจากอุบัติเหตุบนท้องถนนในประเทศไทยยังมีจำนวนสูงมาก ติดอันดับโลกดังที่กล่าวไปข้างต้น (ศิริรุ่ง ศรีสิทธิพิศาลภพ, 2559)

ทางด้านรัฐบาลและหน่วยงานรัฐสอดประสานความคิดเรื่องนี้ด้วยการเผยแพร่สถิติเชิงรูปธรรมต่างๆ เช่น สำนักงานกองทุนสนับสนุนและสร้างเสริมสุขภาพ (2559) อธิบายต้นเหตุของ

อุบัติเหตุมากมายว่าเกิดจากพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนอันประมาทเลินเล่อ เช่นการระบุว่า สาเหตุอันดับหนึ่งของอุบัติเหตุคือการไม่สวมหมวกนิรภัย คิดเป็น 2,515.01 รายต่อประชากรแสนคน สอง ไม่คาดเข็มขัดนิรภัยคิดเป็น 2,515 รายต่อประชากรแสนคน สาม การขับรถเร็ว คิดเป็น 670.77 รายต่อประชากรแสนคน สี่ ฝ่าไฟสัญญาณจราจร คิดเป็น 374.43 รายต่อประชากรแสนคน และสุดท้าย การใช้โทรศัพท์มือถือขณะขับขี่คิดเป็น 129.3 รายต่อประชากรแสนคน ขณะที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (2556) วิเคราะห์และรายงานสาเหตุสำคัญของอุบัติเหตุเช่นกัน โดยรายงานในปี 2556 ระบุว่าสาเหตุหลักของอุบัติเหตุคือ ความเร็ว (ร้อยละ 12.6) ตามด้วย การเปลี่ยนช่องจราจรในลักษณะอันตราย (ร้อยละ 12.2) การขับขี่ประชิดคันหน้ามากเกินไป (ร้อยละ 9.6) และ การเมาแล้วขับ (ร้อยละ 6.9) เมื่อแยกกลุ่ม “ความผิดพลาดของมนุษย์” “ความบกพร่องของรถยนต์” และ “โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมของถนน” พบว่าใน พ.ศ. 2556 ความผิดพลาด ของมนุษย์เป็นสาเหตุสำคัญของอุบัติเหตุการจราจรทางบก (ร้อยละ 77.5) ตามด้วย ความบกพร่องของ รถยนต์ (ร้อยละ 1.3) และสิ่งแวดล้อม (ร้อยละ 0.4)

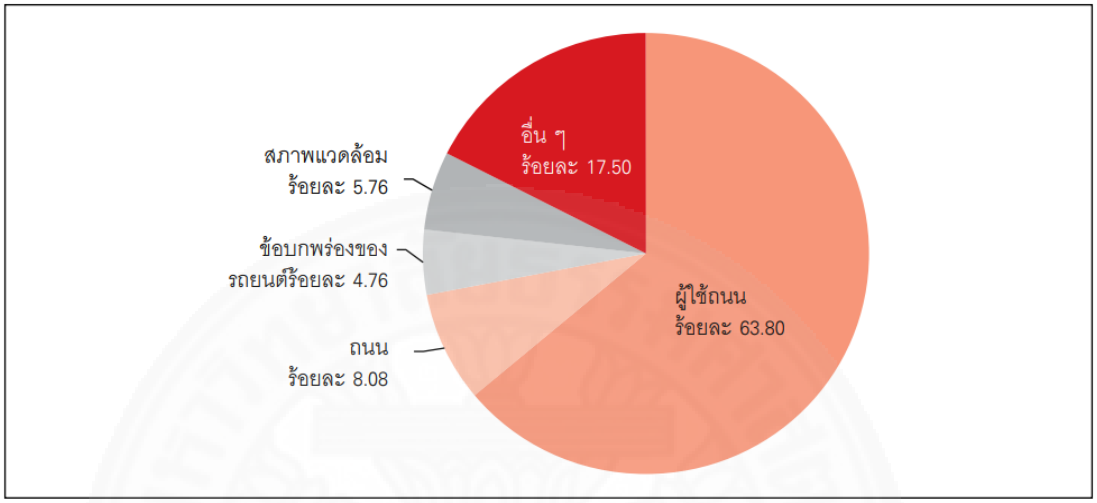


ภาพที่ 1.3 สาเหตุของอุบัติเหตุบนท้องถนน. จาก *จำนวนอุบัติเหตุการจราจรทางบก, โดย* สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2556. สืบค้นจาก http://pitc.police.go.th/dirlist/dl.php?ph=/home/pitc/public_ html/statistics/traffic/ summary/summary57

นอกจากนั้น ยังระบุต่อไปว่าระหว่างปี 2549-2556 อุบัติเหตุการจราจรทางบกมีสาเหตุส่วนใหญ่จากความผิดพลาดของมนุษย์ (ร้อยละ 63.9) ขณะที่สภาพแวดล้อม (ร้อยละ 5.76) และสภาพถนน (ร้อยละ 8.08) กลับถูกรายงานว่าเป็นสาเหตุของอุบัติเหตุเพียงร้อยละ 63.9 และ ร้อยละ

Ref. code: 25615807300040CHL

5.76 ตามลำดับ ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานราชการพยายาม ลวงตา ให้ผู้ใช้รถใช้ถนนเชื่อไปว่าอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มากจากคนธรรมดาเอง ไม่ได้เกิดจากสภาพแวดล้อมและสภาพถนนที่ไม่เหมาะสมซึ่งเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการที่ต้องดูแล



ภาพที่ 1.4 การอธิบายสาเหตุของอุบัติเหตุจากการจราจรว่าเกิดจากผู้ใช้ถนนเป็นหลัก. จาก *จำนวนอุบัติเหตุการจราจรทางบก, โดย* สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2556. สืบค้นจาก http://pitc.police.go.th/ dirlist/dl.php?ph=/home/pitc/public_ html/statistics/traffic/ summary/ summary57

จากข้อมูลที่กล่าวมา ผู้วิจัยสรุปได้ว่าทัศนะของหน่วยงานราชการและสื่อสารมวลชนที่มีต่ออุบัติเหตุบนท้องถนนนั้นต่างประสานเสียง (orchestrate) เพื่ออธิบายว่า “คนธรรมดา” เป็นต้นเหตุของอุบัติเหตุทั้งหลาย และไม่เคยยอมรับว่าความเดือดร้อนบนท้องถนนนั้นอาจเกิดจาก “ร้านค้าแผงลอยมากมาย ทั้งริมถนน ทั้งในตรอกซอกซอย มีทั้งตั้งร้านบนฟุตปาท เลยลงไปถึงพื้นผิวการจราจร” “ถนนโลกพระจันทร์ ซ่อมสร้างตลอดปี” หรือ “คุณภาพอันย่ำแย่ของรถเมล์สาธารณะ” (“ถนนโลกพระจันทร์,” 2562) ซึ่งทำให้การสัญจรบนฟุตบาทและท้องถนนเป็นไปอย่างยากลำบาก นำไปสู่ตัวเลขความเดือดร้อนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างไม่มีแนวโน้มลดลง

ท้องถนนกับสังคมเมือง: พื้นที่แห่งปัญหาและการต่อสู้ของเหล่าคนธรรมดา

"ที่ใดมีการใช้อำนาจ ที่นั่นย่อมมีการต่อต้าน" (Foucault, 1976, pp. 95-96)

แม้ภาครัฐจะครอบงำความคิดของประชาชนให้เชื่อว่าความเดือดร้อนบนท้องถนนเป็น "เรื่องปกติ" (everyday life) และมักลอยนวลพ้นผิดไปจากความรับผิดชอบเสมอ แต่เมื่อนำทัศนะของ Michel Foucault (1976) นักปรัชญาคนสำคัญของศตวรรษที่ 20 ซึ่งมองความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจและการต่อต้านในหนังสือ The History of Sexuality, Volume 1: An Introduction มาตีความให้เข้ากับบริบทงานวิจัยเราอาจพบว่า ณ ที่แห่งใดที่ผู้ปกครองผลิตความรู้เพื่อบังคับประชาชนให้ "ปลอดความเห็นแย้ง" และ "เป็นปกติสุข" เมื่อนั้นเหล่าคนอำนาจน้อยกว่าผู้ถูกกดทับจะลุกขึ้นต่อต้านและสะกิดเตือนให้สังคมเห็น "ความแตกต่างหลากหลาย" และ "ความไม่ปกติ" ทั้งหลาย

วรรณกรรมไทยเรื่องหนึ่งที่สะท้อนปรากฏการณ์นี้คือ รามเกียรติ์ ตอน สีดาลุยไฟ อันเป็นวรรณกรรมทรงอิทธิพลของไทยแต่อดีตถึงปัจจุบัน เรื่องราวเล่าถึงเหตุการณ์หลังพระรามสังหารทศกัณฑ์และสามารถช่วยนางสีดาผู้ถูกลักพาตัวไปอยู่ในเมืองยักษ์กว่า 14 ปีได้สำเร็จ แต่หลังสีดากลับคืนสู่บ้านเมืองแล้วชาวบ้านกลับพากันลืออย่างกว้างขวางว่าสีดาคงถูกทศกัณฑ์ล่วงละเมิด ไม่บริสุทธิ์คู่ควรกับการเป็นผู้ปกครองของพวกตนอีกต่อไป ความรู้มาถึงพระรามทำให้เกิดความไม่สบายพระทัยอย่างยิ่ง นางสีดาจึงขอลุยไฟต่อหน้าสาธารณชนเพื่อแสดงความบริสุทธิ์ใจและกำราบเสียงซุบซิบนินทาของชาวบ้านตามบทกลอนต่อไปนี้

"...แต่พระได้สีดากลับมานี้ ยังอัดอั้นตันฤดีด้วยเกรงกริ่ง
น้องก็หวั่นจิตคิดประวิง พระจะว่าสุงสิงกับกุมภัณฑ์
จำกูจะแสดงความบริสุทธิ์ ให้แจ้งสิ้นยมมนุษย์แลสวรรค์
จึงมีพระเสาวนีย์ไปโดยพลัน ให้สุมไฟไม้จันทน์ขึ้นทันที..."

พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้า (2510)

วรรณกรรมเรื่องนี้สะท้อนภาพว่าแท้จริงการพูดปากต่อปากของชาวบ้านที่ถูกผู้มีอำนาจประกอบสร้างให้เป็นเรื่องไร้สาระ ไร้แก่นสาร แต่เอาเข้าจริงกลับมีอำนาจมหาศาลจนสามารถควบคุมให้ชนชั้นปกครองลุกขึ้นมาประกอบพิธีกรรมเสี่ยงตาย อย่าง พิธีลุยไฟ เพื่อรักษาสถานะความเป็นชนชั้นปกครองต่อไป ดังนั้น การซุบซิบนินทาจึงเป็นกลไกการสื่อสารของชาวบ้านที่ใช้ควบคุมผู้มีอำนาจที่เหนือกว่า ถือเป็นวิถีการต่อต้านอำนาจทางอ้อมที่ไม่นำไปสู่การเสียเลือดเสียเนื้อ ถูกตัดสิน "ฟันหัวริบเรือน" ด้วยอำนาจกฎหมายที่รับถูกกำหนดขึ้นเพื่อรับใช้เจ้าครองนครเพียงฝ่ายเดียว

ย้อนดูบริบทของประเทศไทยในยุคปัจจุบัน (พุทธศักราช 2562) เราพบบรรยากาศของการต่อสู้ของคนธรรมดาเพื่อปลดปล่อยตัวเองจากการกดทับของผู้มีอำนาจอย่างแพร่หลาย เช่น การต่อสู้ของเครือข่ายประชาชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย กลุ่มไม่เอาโรงไฟฟ้าถ่านหินเทพา กลุ่มคัดค้านโครงการถ้าเทียบเรือถ่านหินบ้านคลองรั้ว กลุ่มคัดค้านโรงไฟฟ้าถ่านหินกระบี่ และ

Ref. code: 25615807300040CHL

กลุ่มคัดค้านเหมืองแร่ในหลายจังหวัด เช่น ชัยภูมิ เลย สกลนครและเพชรบูรณ์ รวมตัวกันกว่า 100 คน เพื่อคัดค้านการสร้างโรงไฟฟ้าที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน

แต่น่าสังเกตว่าผลลัพธ์ส่วนใหญ่ของการต่อสู้ดังกล่าวมาคือความล้มเหลวและการถูกปราบปรามอย่างหนักหน่วงจากฝ่ายผู้มีอำนาจ แอมเนสตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล (2561) รายงานว่า รัฐบาลภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ปราบปรามและละเมิดสิทธิผู้เห็นต่างหรือได้รับผลกระทบจากการออกกฎหมายและนโยบายของรัฐบาลอย่างหนักอันได้แก่ เรียกเข้ารายงานตัวและปรับทัศนคติอย่างน้อย 1,300 คน จับกุมฐานต่อต้านอำนาจรัฐอย่างน้อย 500 คน ตลอดระยะเวลาที่อยู่ในอำนาจ

การถูกละเมิดสิทธิของกลุ่มผู้ต่อต้านดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการต่อสู้กับผู้มีอำนาจซึ่งๆ หน้าโดยปราศจากเทคโนโลยีการสื่อสาร (เช่น การพูดปากต่อปาก) และอุบาย (tactics) อันแยบคายนั้นมีราคาที่ต้องจ่าย (a price to pay) สูงลิบลิ่ว แถมยังได้ผลตอบแทนไม่คุ้มเสีย ทั้งถูกจำคุก ถูกปรับทัศนคติ ถูกทำร้ายทั้งร่างกายและจิตใจ อาจกล่าวได้ว่านอกจากล้มเหลวในการแก้ไขปัญหาแล้ว ผู้ต่อต้านยังต้องถูกลงโทษ และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง (structure) ของสังคมอย่างที่หวัง

Michel de Certeau (1988) อธิบายว่าการต่อสู้ซึ่งๆ หน้าอาจไม่ใช่ทางออกสำหรับคนธรรมดาผู้มีอำนาจด้อยกว่า นักปรัชญาชาวฝรั่งเศสผู้นี้แสดงทัศนะในหนังสือ The Practice of Everyday Life (1988) ว่าการฉวยใช้กิจกรรมในชีวิตประจำวัน การตื่น เดินทาง ทำงาน กลับบ้าน และเข้านอนอย่างเป็นกิจวัตรเพื่อต่อรองอำนาจนั่นแหละ ที่จะช่วยฝังรากแก้วของการต่อต้าน เติมเต็มชีวิตให้มีความหมายสมบูรณ์ และเปิดโอกาสให้ผู้อ่อนแอสามารถกำชัยชนะเหนือผู้มีอำนาจมากกว่า (victory of the weak over the strong) โดยไม่ต้องจ่ายค่าต่อต้านราคาสูงลิบลิ่ว ขณะที่ James C. Scott แสดงทัศนะในหนังสือ Domination and art of resistance: Hidden transcripts (1992) ว่าหากการต่อสู้ในชีวิตประจำวันได้รับความร่วมมือมันจะยกระดับขึ้นเป็นการต่อต้านที่มีรูปแบบซึ่งแอบซ่อนตัวอยู่ในกระแสการต่อต้านของโลกปัจจุบัน เทคนิคการต่อต้านนี้อาจมาในหลายรูปแบบหากแต่มีจุดประสงค์อันหนึ่งอันเดียว ซ่อนเร้นจากการตรวจสอบของทางการ และไม่มีผู้ออกนามรับผิดชอบ ตัวอย่างเช่น ผู้ใช้เฟซบุ๊คอยากเห็นการจราจรบนท้องถนนไทยดีขึ้นจึงเริ่มต่อสู้ด้วยการใช้ อุบาย (tactic) หรือเทคนิคต่างๆ เพื่อสร้างการต่อต้านผ่านหน้าเพจเฟซบุ๊คของตนเอง เมื่อได้รับความร่วมมือจากเพื่อนฝูง (ผ่านการกดปุ่มไลค์ แชร์ คอมเมนต์) จากอินฟลูเอนเซอร์ (ผ่านการแชร์โพสต์ผ่านทางหน้าเพจของตน) หรือจากสำนักข่าวทั้งออนไลน์และกระแสหลัก (ผ่านการหยิบยกเรื่องราวเหล่านี้ไปนำเสนอต่อ) การต่อสู้ในชีวิตประจำวันซึ่งช่วงแรกเป็นเพียงการ “พูดปากต่อปาก” กลับถูกยกระดับกลายเป็นการต่อสู้ที่ซับซ้อนแต่ยังคงลักษณะซ่อนเร้น และอิงแอบไปกับกระแสของโลกสมัยใหม่ได้อย่างแยบคาย และเมื่ออุบายการต่อต้านเหล่านี้ประสบความสำเร็จซ้ำแล้วซ้ำเล่า James C. Scott (1992) มองว่าจิตสำนึกแห่งการต่อต้านจะเริ่มฝังรากลึกลงในความคิดของผู้คน จนจิตสำนึกแห่งการ

วิพากษ์กลายเป็น วัฒนธรรมย่อย (subculture) ซึ่งมีคนจำนวนหนึ่งยึดถือและคอยท้าทายอำนาจของโครงสร้างอย่างเป็นระบบมากขึ้น

ทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่าการเมืองระดับจุลภาค (micro politics) ที่ปรากฏอยู่ในชีวิตประจำวันผ่านวิถีชีวิต การสัญจร และการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการพูดปากต่อปากออนไลน์นั้นอาจเป็นความหวังใหม่ที่ช่วยคนธรรมดาต่อสู้กับการกดทับของฝ่ายโครงสร้างอย่างมีประสิทธิภาพด้วย “ราคาที่ต้องจ่าย” ต่ำ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าการรู้จักฉวยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เพื่อเป็นช่องทาง (channel) ขับเคลื่อนการต่อสู้ หลบเลี่ยงการตรวจสอบและหลีกหนีการลงโทษจากผู้มีอำนาจเป็นกลยุทธ์อันชาญฉลาดที่ช่วยปลดปล่อยคนธรรมดาจากการกดทับฝ่ายโครงสร้างสังคม

ตัวอย่างของการสร้างสรรค์อุบาย (tactic) อันหลากหลายของคนธรรมดาสะท้อนผ่านการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนหลายกรณี เช่น กรณีชาวบ้านเรียกร้องให้ราชการเร่งซ่อมแซมถนนในอำเภอเมืองนครพนม ซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรสำคัญมุ่งหน้าเข้าตัวเมืองและมีความยาวเกือบ 5 กิโลเมตร โดยถนนมีสภาพพังเป็นหลุมบ่อใหญ่มากมาย จนชาวบ้านตั้งฉายาว่าถนนแสนหลุม น่าสนใจว่าการเรียกร้องของชาวบ้านไม่เป็นผลมากนักโดยตลอด 5 ปีที่ผ่านมา มีการรวมตัวร้องเรียนเช่นนี้หลายครั้งแต่ทางราชการก็เพียงส่วนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาตรวจสอบและแก้ไขเป็นบางจุด แต่เมื่อฝนตกถนนก็กลับมาชำรุดเสียหายอีก จนเมื่อชาวบ้านใช้วิธีรณรงค์ด้วยการจัดกิจกรรมปลูกข้าว หว่านแห ปักดำนากลางถนนเพื่อเรียกร้องความสนใจจากสื่อมวลชน (“สุดจะทน! ชาวบ้านนครพนมโวย,” 2559)

ภาพที่ 1.5 ชาวบ้านต่อต้านราชการด้วยการปลูกข้าวบนถนนชำรุด. จาก “สุดจะทน! ชาวบ้านนครพนมโวย ถนนไปที่ว่าการฯ พังเกือบ 5 ปี ไร้ปัญญาซ่อม-อ้างงบไม่มี,” 9 สิงหาคม 2559, *มติชนออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/region/ news_243250.

Ref. code: 25615807300040CHL

หรืออีกกรณีหนึ่ง กลุ่มพ่อค้าแม่ค้าย่านปากคลองตลาดรวมตัวกันปิดถนนและเทดอกไม้ของตนเองลงเกลื่อนกลาดถนนเพื่อเป็นการประท้วงเจ้าหน้าที่ของกรุงเทพมหานครซึ่งเข้ากระชับพื้นที่เพื่อจัดระเบียบและยึดพื้นที่การค้าขายคืน การปิดถนน เทดอกไม้ และชุมนุมยืดเยื้อในพื้นที่ส่งผลให้เกิดภาวะอัน “ไม่ปกติ” และกลายเป็นประเด็นที่สื่อมวลชนหลายสำนักให้ความสนใจ นำเสนอข่าวสู่สาธารณชนต่อไป (แม่ค้าปากคลองตลาด ฮือต้านกทม, มติชน, 2 กรกฎาคม 2561)

ภาพที่ 1.6 ผู้ค้าย่านปากคลองตลาดปิดถนนประท้วงหน่วยงานราชการ. จาก “แม่ค้าปากคลองตลาดฮือต้านกทม. หอบดอกไม้ตั้งกำแพงปิดถนนประท้วงโวยนายกฯ คืนทุกข์ให้ปชช.,” 2 กรกฎาคม 2559, *มติชนออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/ politics/news_197122.

อย่างไรก็ตาม หากมองในแง่ความสำเร็จ ผู้วิจัยเห็นว่ากรณีทั้งสองอาจเข้าข่ายไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากไม่สามารถแก้ปัญหาความเดือดร้อนที่กลุ่มของตนต้องเผชิญออกไปได้ โดยกรณีถนนอำเภอเมืองนครพนม หน่วยงานราชการเพียงเอาหินคลุกเทกลบหลุมบ่อเพื่อแก้ปัญหาพอผ่าน และไม่ดำเนินการสร้างถนนคอนกรีตตามที่เคยสัญญาไว้ (สุดจะทน! ชาวบ้านนครพนมโวย, มติชน, 9 สิงหาคม 2559) ส่วนกรณีผู้ค้าปากคลองตลาด สุดท้ายหน่วยงานราชการก็ “ปรับภูมิทัศน์” ซึ่งหมายถึงการเวนคืนพื้นที่การค้าขายบริเวณฟุตบาทคืนสำเร็จ ผู้ขายหลายรายต้องปิดตัวและย้ายออกไปค้าขายที่อื่น (แม่ค้าปากคลองตลาด ฮือต้านกทม, มติชน, 2 กรกฎาคม 2561)

Ref. code: 25615807300040CHL

ผู้วิจัยเห็นว่าภายใต้บริบทของสังคมและโลกการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป การต่อสู้ของคนธรรมดาก็ต้องปรับประยุกต์ไปจากอดีต ตัวแปรหนึ่งที่สำคัญคือการนำเทคโนโลยีการสื่อสารสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้กับการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน

การพูดปากต่อปากกับสังคม

การพูดปากต่อปากถือเป็นวัฒนธรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งปรากฏร่องรอยคู่ขนานกับอารยธรรมมนุษย์มาโดยตลอด Smith (1893) ระบุว่าชุมชนกรีกโบราณก่อนคริสตกาลราว 1,200 ปีมีบันทึกเล่าถึงเทพีโอสซ่า (Ossa) (รากศัพท์ถอดมาจากภาษาลาตินแปลว่า “การพูด”) เทพีแห่งข่าวลือและการรายงานซึ่งถือกำเนิดมาพร้อมแผ่นดิน โลก และสวรรค์ ท้าวเธอมีหน้าที่ป่าวประกาศชัยชนะของวีรบุรุษสงครามอันนำพาเกียรติยศและความหวังมาสู่บ้านเมือง ดังนั้นชาวกรีกจึงรู้จักพระนางในอีกชื่อหนึ่งคือ “เทพีแห่งความหวัง” สัญลักษณ์ของพระนางคือดวงตาหนึ่งคู่ซึ่งคอยดูแลมวลมนุษย์บนพิภพทั้งหมด

แต่เมื่ออาณาจักรกรีกล่มสลายและยุคสมัยแห่งโรมันขึ้นมาแทนที่ เทพีโอสซ่า (Ossa) ผู้เผยแพร่ข่าวลือแห่งชัยชนะและความหวังก็ถูกผู้มีอำนาจประกอบสร้างความหมายและเปลี่ยนพระนามให้ใหม่กลายเป็นเทพีฟามา (Fama) ผู้ชั่วร้าย พาบลิอุส เวอจิลเลียส มาโร นักกวีภาษายุคโรมันโบราณเคยสาธยายลักษณะของเทพีฟามาไว้ในมหากาพย์อีนีอิด (Aeneid) ว่าแรกกำเนิดพระนางมีขนาดเล็กและอ่อนแอแต่เมื่อเติบโตก็จะขยายร่างและแข็งแกร่งเหมือนข่าวลือ ร่างกายของพระนางจะใหญ่โตจนปกคลุมแม้กระทั่งท้องฟ้า เขาเรียกพระนางว่า “ปีศาจอันน่าสยดสยอง” ผู้ไม่เคยหลับ ฝีเท้าอันรวดเร็วช่วยให้พระนางสามารถแพร่กระจายข่าวลือไปได้กว้างไกล ขณะที่ปีกใหญ่เต็มไปด้วยดวงตา หูและปากที่ช่วยให้เห็น ฟัง และพูดข่าวลือและคำโกหกออกไปจนทั่วถึง (Smith, 1893)

เทพปกรณัมเทพีโอสซ่า (Ossa) เทพีผู้บอกต่อข่าวลือแห่งความหวังซึ่งต่อมาถูกประกอบสร้างความหมายใหม่กลายเป็นเทพีฟามา (Fama) ปีศาจร้ายผู้คอยเผยแพร่คำโกหกเป็นตัวอย่างอันดีที่สะท้อนให้เห็นว่าความหมายของการพูดปากต่อปาก ณ ช่วงเวลาหนึ่งจะเป็นเช่นไร ก็ขึ้นอยู่กับผู้มีอำนาจในขณะนั้นเสกสร้างให้เป็นไป เช่น เมื่ออาณาจักรโรมันเข้มแข็ง มีการปกครองแบบรวมศูนย์อำนาจและมีทัศนะต่อข่าวลือว่าเป็นภัยคุกคามความมั่นคงแห่งรัฐ เมื่อนั้นข่าวลือก็ถูกประกอบสร้างให้กลายเป็นสิ่งเลวร้าย น่าหวาดกลัว

ด้านสังคมไทยนั้นเป็นสังคมที่พึ่งพาการสื่อสารแบบปากต่อปากมาแต่ครั้งบรรพกาล ดังที่ บุญศรี ปราบณศักดิ์ (2526) กล่าวว่าสังคมไทยเป็นสังคมที่สนใจในเรื่องราวของบุคคลอื่นและมีพฤติกรรมการซุบซิบอย่างมากมาแต่อดีตเนื่องจากคนไทยเป็นคน “ขี้เกรงใจ” และมักหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับความขัดแย้งตรงๆ นั้นทำให้คนไทยสื่อสารไม่สื่อสารกับคู่กรณีซึ่งหน้าและหันไปซุบซิบนินทากับบุคคลที่สามแทน

Ref. code: 25615807300040CHL

ทัศนะของคนไทยที่มีต่อการพูดปากต่อปากในสังคมไทยนั้นมีหลากหลายเช่นเดียวกับในสังคมอื่นโดย Phillips (1966) ระบุว่าชาวไทยนิยมลือและซุบซิบต่อกันทั้งใน แง่ดี เช่น การยกย่องชมเชย และการนำมาเป็นตัวอย่าง แง่ร้าย เช่น การตำหนิติเตียน การโจษจันให้อับอาย และเป็นกลาง เช่น การบอกเล่าเรื่องราวของผู้อื่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับบริบทรอบตัว

การพูดปากต่อปากผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร: จากยุคมุขปาฐะสู่ยุคดิจิทัล

ยิ่งเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาไปเพียงใด การพูดปากต่อปากก็ยิ่งทรงพลังและช่วยให้คนธรรมดาสามารถต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Walter J. Ong (1982) เขียนไว้ในหนังสือ Orality and literacy: The technologizing of the word ระบุว่าแม้การพูดจะเป็นเทคนิคการสื่อสารที่ถือกำเนิดมาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ที่มนุษย์ต้องอาศัยการพูดเป็นหลักหรือวัฒนธรรมมุขปาฐะ (orality culture) แต่เมื่อกาลเวลาผ่านไปการพูดกลับไม่เคยห่างหายไปจากเวทีการสื่อสารของมนุษย์ เทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ๆ ที่ถูกคิดค้นขึ้นมาใหม่นั้นไม่เคยแทนที่ “การพูด” ซึ่งมนุษย์สื่อสารกันทั้งบนพื้นที่ดั้งเดิมแห่งยุคมุขปาฐะอย่าง ร้านกาแฟ ร้านตัดผม วัดวาอาราม ริมถนน (orality culture) บนพื้นที่ตัวอักษรและเอกสารอย่าง หนังสือเล่ม แผ่นป้าย แห่งยุควัฒนธรรมการเขียน (literacy culture) บนพื้นที่สื่อสารมวลชนแห่งยุคมุขปาฐะลำดับสอง (secondary orality) รวมถึงปัจจุบันบนพื้นที่ออนไลน์ อย่าง โซเชียลมีเดีย เว็บบอร์ด หรือบล็อก ซึ่งนักวิชาการรุ่นหลังอย่าง Papacharissi (2010) นิยามพื้นที่นี้ว่าเป็นยุคการมุขปาฐะดิจิทัล (digital orality) ซึ่งผสมผสานลักษณะระหว่างยุควัฒนธรรมมุขปาฐะ (orality culture) และยุควัฒนธรรมมุขปาฐะลำดับสอง (secondary orality) คือมีความเป็นส่วนตัวแต่สามารถเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มสังคมได้

เห็นได้ว่าเทคโนโลยีการสื่อสารแบบพูดปากต่อปาก (word of mouth) จัดเป็นการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์ อำนาจ และถูกใช้งานแพร่หลายนับแต่บรรพกาลถึงปัจจุบัน นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังเห็นว่าการพูดแบบปากต่อปาก (word-of-mouth) ที่ปรากฏในยุคการสื่อสารที่แตกต่างกันจะมีลักษณะวิถีการใช้งานและอำนาจที่แตกต่างกันออกไป

ดังการศึกษาของบุญศรี ปราบณศักดิ์ (2526) ฉายภาพการสื่อสารแบบปากต่อปากบนรูปแบบการสื่อสารในยุคเห็นหน้าค่าตา (face-to-face communication) ว่าพฤติกรรมการซุบซิบนินทา และลือต่อๆ กันของชาวบ้านในหมู่บ้านพระเพลิง จังหวัดนครราชสีมานั้นช่วยรวมใจชาวบ้าน ส่งผลให้การขับเคลื่อนโครงการของหมู่บ้านเป็นไปอย่างสะดวก และช่วยรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนเอาไว้ได้

การพูดปากต่อปากผ่านสื่อสารมวลชน (mass communication) ยิ่งมีอำนาจต่อพฤติกรรมของคนในสังคมมากยิ่งขึ้น เรื่อง มนุษย์ดาวอังคารบุกโลก ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2481 เป็นตัวอย่างที่สะท้อนภาพปรากฏการณ์ได้อย่างดี เรื่องเริ่มต้นจากสถานีวิทยุ ซีบีเอส โดยออร์ซัน เวลส์ นำนวนิยายชื่อดัง

Ref. code: 25615807300040CHL

เรื่อง เดอะวอร์ออฟเดอะเวิร์ลส์ ผลงานการประพันธ์ของ เอช. จี. เวลส์ มาถ่ายทอดเสียงในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการสู้รบมิวนิค (เหตุการณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการเกิดสงครามโลกครั้งที่สอง: ผู้วิจัย) และเป็นช่วงเวลาที่ชาวอเมริกันใจจดจ่อกับการฟังวิทยุเพื่อฟังการรายงานข่าว ผลคือผู้ฟังวิทยุคิดว่าละครวิทยุเป็นเรื่องจริงและนำไปบอกต่อคนอื่นๆ จนก่อให้เกิดความอลหม่าน ผู้คนหนีตายออกจากบ้านเรือนไปทั่ว (Wortman, 2013)

อย่างไรก็ตาม กรณีหนึ่งที่แสดงพลังของคนธรรมดาในการใช้การสื่อสารปากต่อปากผ่านสื่อสารมวลชนเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคมคือกรณี Richard Milhous Nixon ต้องลาออกจากตำแหน่งประธานาธิบดีเนื่องจากเดอะวอชิงตันโพสต์ หนังสือพิมพ์เก่าแก่ของอเมริการายงานว่า Nixon ซึ่งขณะนั้นเป็นประธานาธิบดีคนที่ 37 ของสหรัฐอเมริกามีส่วนเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โจรกรรมสำนักงานใหญ่ของพรรคเดโมแครต ณ อาคารวอเตอร์เกตคอมเพลกซ์ในกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. เมื่อเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1972 แม้ในช่วงแรกจะไม่มีหลักฐานเอาผิดเพียงพอเนื่องจาก Nixon ใช้อำนาจยับยั้งการตรวจสอบ แต่เมื่อสื่อมวลชนพร้อมใจกันผลักดันประเด็นอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นการพูดปากต่อปากลือกันไปทั่วประเทศ สำนักงานสืบสวนสอบสวนกลางหรือ FBI จึงจำต้องทำการสืบสวนอย่างจริงจัง ส่งผลให้สุดท้าย Nixon กลายเป็นประธานาธิบดีคนแรกและคนเดียวของสหรัฐอเมริกาที่ต้องลาออกจากตำแหน่ง (Harris, 1973)

แน่นอนว่าเมื่อโลกเปลี่ยนผันเข้าสู่ยุคดิจิทัล การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ย่อมเข้ามาเปลี่ยนแปลงลักษณะ วิถีการใช้งานและอำนาจของการสื่อสารปากต่อปากอีกครั้ง Joshua Meyrowitz แสดงทัศนะใน No sense of Place (1985) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ทางสังคมว่า มนุษย์ในยุคการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถเข้าถึงข้อมูลของ “คนใน” หลายกลุ่มได้โดยโดยไม่จำเป็นต้องเข้าถึงพื้นที่ทางกายภาพ (physical place) ของคนเหล่านั้นได้ ตัวอย่างเช่น เราอาจรับรู้ถึงปัญหารถติดจากการสร้างรถไฟฟ้าของคนในเขตลาดพร้าวได้อย่างลึกซึ้งเพียงกดติดตามเพจของชุมชนคนอยู่ลาดพร้าวบนเฟซบุ๊คได้ โดยไม่จำเป็นต้องพักอาศัยอยู่ในเขตลาดพร้าว หรือเดินทางไปเข้าร่วมการประชุมของผู้อยู่อาศัยในเขตลาดพร้าว

เรียกได้ว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ปลดปล่อยมนุษย์จากข้อจำกัดทางกายภาพและขยายศักยภาพให้คนธรรมดาสามารถต่อสู้ผ่านการสื่อสารออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกขั้นหนึ่ง กล่าวคือ หนึ่ง ปลอดจากการจำกัดอัตลักษณ์กลุ่ม (group identity) ของตัวเองให้เข้ากับสังกัดกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเป็นการเฉพาะ สอง ปลอดจากการขัดเกลาของสถาบันทางสังคมดั่งเดิม (socialisation) และ สาม ปลอดจากข้อจำกัดด้านตำแหน่งทางสังคม (rank) คนธรรมดาในยุคดิจิทัลสามารถเข้าร่วมการต่อสู้ได้อย่างอิสระเพียงแค่พาตัวเองเข้าไปอยู่ท่ามกลางกระบวนการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูล (flow of information system) ที่มีประสิทธิภาพก็สามารถเข้าร่วมการต่อสู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา (Meyrowitz, 1985)

Ref. code: 25615807300040CHL

ในบริบทของประเทศไทย นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2559) พูดถึงพลังของการพูดปากต่อปากบนช่องทางสื่อสารออนไลน์ว่า ข่าวลือและการซุบซิบผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นมีบทบาทเป็น “สนามรบทางความคิด” ที่เปิดกว้างให้ผู้คนในวัฒนธรรมการพูดมีโอกาสถกเถียงและแสดงความเห็นกันอย่างคับคั่ง ประเด็นของข่าวลือจะถูกคัดค้านหรือสนับสนุนด้วยหลักฐานที่น่าเชื่อถือกว่าไปเรื่อยๆ จนสุดท้ายข่าวลือมัก “ตกผลึก” กลายเป็นความรู้ของสังคมนั้น และมีอำนาจกำหนดพฤติกรรมของคนในสังคมให้ยอมรับความรู้อันใหม่นี้ นอกจากนี้ นิธิ เอียวศรีวงศ์ยังยกให้ข่าวลือเป็นอาวุธของคนมีอำนาจน้อยเนื่องจากในยุคสมัยที่การปิดกั้นข่าวสารเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ข่าวลือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ข่าวลือบนโลกดิจิทัลนั้นกลายเป็นสื่อสำคัญที่ช่วยให้คนชายขอบทางอำนาจสามารถต่อรองกับการกดทับ ด้วยเหตุว่าข่าวลือแพร่กระจายเร็วและคนไทยส่วนใหญ่นิยมเข้าร่วมได้ง่าย

ด้าน พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์ (2557) แสดงทัศนะว่าการพูดปากต่อปากออนไลน์ในสายตาประชาชนปัจจุบันคือข่าวทางเลือก เนื่องจากรัฐบาลทำลายความน่าเชื่อถือของสื่อมวลชนและสื่อมวลชนเองก็ยอมรับบทบาทฝ่ายประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ดังนั้น ข่าวลือจึงเหลือเป็นทางเลือกที่ประชาชนเชื่อว่าปลอดจากการควบคุมอันเข้มข้นของรัฐบาล

ดังที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าการพูดปากต่อปากผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารในโลกาภิวัตน์ปัจจุบันได้เพิ่มอำนาจให้ประชาชนสามารถควบคุม กำกับและต่อต้านอำนาจของโครงสร้างที่กดทับตนอย่างมีประสิทธิภาพโดยการใช้อุบาย (tactic) อันแยบคาย ผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปาก (word-of-mouth) บนเทคโนโลยีการสื่อสารหลากหลายช่องทาง (media channel) โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสารมวลชนและการสื่อสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจว่าเมื่อคนธรรมดาสามารถฉวยใช้วัฒนธรรมการสื่อสารในยุคต่างๆ เพื่อสื่อสารอุบายปากต่อปากอันแยบคายแล้ว การต่อสู้ในชีวิตประจำวันนั้นจะประสบความสำเร็จได้ถึงระดับไหน จะถึงขั้นกดดันให้ “นางสีดา” หรือกลุ่มผู้มีอำนาจนำในสังคมต้องออกมา “ลุยไฟ” ต่อหน้าสาธารณชนเพื่อรักษาสถานะของตนอย่างในอดีตได้หรือไม่

โดยสรุป ผู้วิจัยเห็นว่าภายใต้บริบทของสังคมและโลกการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปการต่อสู้ของคนธรรมดาก็ต้องปรับประยุกต์ไปจากอดีต ทั้งในแง่ของการสร้างสรรค์อุบาย (tactic) การส่งต่ออุบายผ่านการพูดปากต่อปาก (word of mouth) ไปบนเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดต่างๆ เพื่อต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้าง (structure) ที่มากดทับตัวเองในชีวิตประจำวัน นอกจากนั้นงานวิจัยครั้งนี้ยังต่อยอดจากความคิดของ Michel de Certeau, Walter J. Ong, James C. Scott และ Joshua Meyrowitz ออกไปด้วยการขยายไปศึกษากลุ่มคนธรรมดาที่เป็นชนชั้นกลางในเมืองนิยมใช้และเสพสื่อหลากหลายชนิด ตั้งแต่การสื่อสารแบบปากต่อปาก การสื่อสารผ่านการเขียน การสื่อสารผ่านสื่อสารมวลชน รวมทั้งสื่อดิจิทัล ความเปลี่ยนแปลงทั้งหมดนี้ทำให้ผู้วิจัยตั้งคำถามว่า

Ref. code: 25615807300040CHL

การต่อสู้ด้วยการพูดปากต่อปากของคนเมืองนั้นเกิดขึ้นอย่างไร ปรับแปลงโฉมหน้าไปเพียงใด และส่งผลต่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้จริงหรือไม่

1.2 ปัญหานำการวิจัย

เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป อุบายการต่อสู้ในชีวิตประจำวันผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากบนพื้นที่การสื่อสารยุคต่างๆ นั้นปรับโฉมหน้าไปอย่างไร และท้ายที่สุดนำไปสู่ความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงสังคมได้ถึงระดับใด

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีสื่อประเภทต่างๆ เพื่อการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน
2. เพื่อศึกษาลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์ และการทำงานของอุบาย (tactic) ที่ช่วยให้คนธรรมดา (ordinary people) สามารถต่อสู้และต่อรองกับฝ่ายโครงสร้าง (structure) ต่อประเด็นปัญหาบนท้องถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อศึกษาการรวบรวมข้อมูล การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผลของการรณรงค์บนดิจิทัล (digital activism) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญอันส่งผลต่อระดับความสำเร็จของการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน
4. เพื่อศึกษาการสั่งสมและการแลกเปลี่ยนทุนของกลุ่มคนธรรมดาเพื่อการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้จัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการต่อสู้บนท้องถนนจากกรณีศึกษา 2 กรณีคือ หนึ่ง *ป้าทุบรถ* สอง *เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์* เป็นเวลาสามเดือน (ระหว่างเดือน มกราคม-เมษายน 2562) และเครื่องมือวิจัยการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบภาพตัดขวาง (cross-sectional studies) กล่าวคือเก็บข้อมูลบนฐานข้อมูลออนไลน์หลากหลายรูปแบบ เช่น ข่าวออนไลน์ บล็อก วิดีโอออนไลน์

Ref. code: 25615807300040CHL

เครือข่ายสังคมออนไลน์ กระทู้ ฯลฯ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเพื่อเป็นตัวแทนของการสื่อสารยุคมุขปาฐะดิจิทัล

1.5 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก หมายถึง การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่ผู้ส่งสารอาจมีหรือไม่มีเจตนาในการแพร่กระจายข่าวสารออกไปโดยไม่อ้างอิงหลักฐานอันน่าเชื่อถือและไม่มีกระบวนการพิสูจน์ความจริง การสื่อสารแบบปากต่อปากซึ่งหมายรวมถึง ข่าวลือ การซุบซิบนินทา และเรื่องเล่าต่อๆ กัน มีลักษณะที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1.1 วงจรชีวิต

การสื่อสารปากต่อปากประกอบด้วยวงจรชีวิต 3 ระยะ คือ หนึ่ง การกำเนิด หรือช่วงเวลาที่ข่าวสารเริ่มก่อรูปขึ้น สอง การผจญภัย หรือช่วงเวลาที่ข่าวสารถูกบิดเบือนอุบายบางอย่าง และ สาม การตาย หรือช่วงเวลาที่ข่าวสารสิ้นสุดการแพร่กระจายและเลือนหายไปจากการพูดคุย แต่ในบางโอกาสอาจฟื้นคืนกลับมาได้

1.2 อำนาจและหน้าที่

อำนาจในการเปิดโอกาสให้มนุษย์สามารถต่อสู้กับชีวิตประจำวันอันถูกกดทับได้ อำนาจระดับปัจเจกชน ได้แก่ อำนาจในการให้ความรู้ อำนาจในการโน้มน้าวใจ และอำนาจในการให้ความบันเทิง ส่วนหน้าที่ของการสื่อสารแบบปากต่อปากจะทำงานในระดับสังคมโดยเชื่อมร้อยปัจเจกชนให้กลายเป็นส่วนหนึ่งได้แก่ สร้างการผูกยึดทางสังคม สร้างการควบคุมทางสังคม และสร้างการเปรียบเทียบทางสังคม

1.3 ความน่าเชื่อถือ

วิธีการที่ปัจเจกชนประกอบสร้างข่าวลือให้น่าเชื่อถือเมื่อสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านช่องทางดิจิทัล แบ่งออกได้สองด้านคือ หนึ่ง ความน่าเชื่อถือของระบบ และสอง ความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ใช้

1.4 การขับเคลื่อน

ตัวแปรที่ทำให้ข่าวสารสามารถแพร่กระจายออกไปได้อย่างกว้างขวาง แบ่งออกเป็นตัวแปรภายในคือ หนึ่ง ความสำคัญของข่าวลือและการซุบซิบที่มีต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน สอง ความกำกวมของเนื้อหา สาม ทักษะการคิดวิเคราะห์ของปัจเจกชน ส่วนตัวแปรภายนอกได้แก่ หนึ่ง ขนาดของชุมชน สอง จำนวนผู้ส่งต่อข่าวลือ สาม ระดับการควบคุมของสังคม สี่ ระดับความเข้มข้นของเหตุการณ์ และห้า ความสัมพันธ์ของสมาชิก

Ref. code: 25615807300040CHL

2. เทคโนโลยีการสื่อสาร หมายถึง วัฒนธรรมการสื่อสารที่ช่วยขยายศักยภาพการต่อสู้และต่อรองอำนาจของกลุ่มคนธรรมดาออกไป รูปแบบของเทคโนโลยีการสื่อสารประกอบด้วย การสื่อสารแบบเห็นหน้า (face-to-face communication) สื่อวัตถุ (object media) สื่อการเขียน (literacy media) สื่อกิจกรรม (activity media) สื่อมวลชนกระแสหลัก (mainstream media) และสื่อดิจิทัล (digital media)

3. การต่อสู้ในชีวิตประจำวัน หมายถึง การที่ปัจเจกชนผู้กระทำการ (agency) พูดปากต่อปากในชีวิตประจำวันเพื่อเผยแพร่ อุบาย ไปต่อสู้และต่อรองอำนาจกับฝ่ายโครงสร้างผู้ใช้ยุทธศาสตร์ กดทับสังคม จุดประสงค์ของการต่อสู้ในชีวิตประจำวันมีหลายระดับตั้งแต่การระบายอารมณ์ การแก้ไขปัญหาตรงหน้า และการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในสังคม

3.1 ยุทธศาสตร์ (strategy)

การกระทำของผู้มีอำนาจนำในสังคมซึ่งมีจุดประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือจากวงโคจรทางอำนาจของตน และหวังผลให้ประชาชนไม่ลุกขึ้นมาต่อต้าน

3.2 อุบาย (tactic)

การกระทำที่ไม่มีตำแหน่งแห่งที่ของตนแต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของผู้ที่มีอำนาจน้อย อาศัยจังหวะและโอกาสเฉพาะเพื่อต่อสู้และต่อรองผลประโยชน์กับผู้มีอำนาจนำในสังคม อุบายที่ผู้ต่อต้านใช้คือ การจัดอันดับคู่ต่อสู้ การใช้เรื่องเล่า การเลือกใช้สื่อผสม และการผลิตวาทกรรมต่อต้าน

4. การเคลื่อนไหวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล์ หรือเว็บบอร์ด เพื่อสนับสนุนและขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม โดยนำเอา อุบาย (tactic) ที่ถูกสร้างสรรค์เอาไว้แล้วมาสร้างความหมายใหม่ (detournement) เพื่อนำไปใช้ในการรณรงค์ต่อไป

5. สถานะและอำนาจ หมายถึง ทุนหน้าตักที่กลุ่มผู้ต่อต้านสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนเพื่อขยายศักยภาพในการขับเคลื่อนประเด็นให้บรรลุเป้าหมาย ทุนแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนสัญลักษณ์ และทุนเศรษฐกิจ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทำความเข้าใจและต่อยอดแนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดของ Walter J. Ong และ Joshua Merowitz ในมิติของการใช้เทคโนโลยีสื่อประเภทต่างๆ เพื่อการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน

Ref. code: 25615807300040CHL

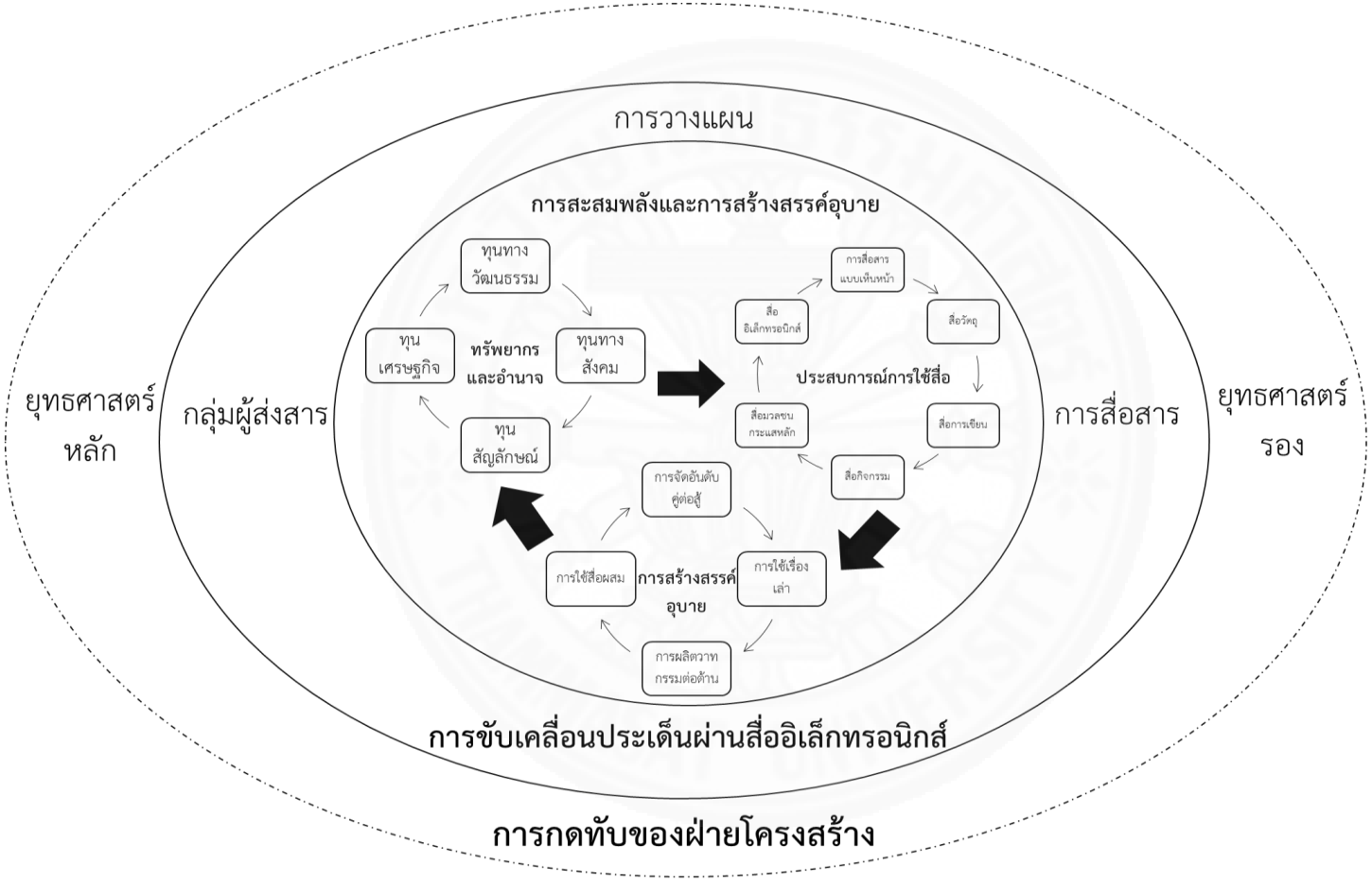
2. เพื่อทำความเข้าใจและต่อยอดแนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของ Michel de Certeau และ James C. Scott ในมิติลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์ และการทำงานของอุบาย (tactic) ที่ช่วยให้คนธรรมดา (ordinary people) สามารถต่อสู้และต่อรองกับฝ่ายโครงสร้าง (structure)

3. วิพากษ์ให้ประชาชนเห็นมิติแห่งการกดทับของผู้มีอำนาจที่เกิดขึ้นแม้แต่ในชีวิตประจำวันบนท้องถนน

4. สร้างแนวทางในการฉวยใช้อุบายและสื่อชนิดต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาบนท้องถนน ปลุกจิตสำนึกและความกล้าหาญในการเปลี่ยนแปลงการทำงานของหน่วยงานราชการให้เกิดแก่ประชาชน

Ref. code: 25615807300040CHL

1.7 กรอบมโนทัศน์



ภาพที่ 1.7 กรอบมโนทัศน์ของการวิจัย

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน: กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน เป็นการศึกษาว่าเมื่อบริบทสังคมและเทคโนโลยีการสื่อสารปรับแปลงโฉมหน้าไป คนธรรมดาจะทำอย่างไรเพื่อฉวยใช้การสื่อสารแบบปากต่อปากเป็นเครื่องมือปัดเป่าความเดือดร้อนบนท้องถนน ท้าทายอำนาจของฝ่ายโครงสร้าง และปลูกจิตสำนึกแห่งการวิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดแก่ประชาชนในสังคมไทย

ผู้วิจัยทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจัดหมวดหมู่เนื้อหาตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องการพูดปากต่อปาก
2. แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดของ Walter J. Ong และ Joshua Merowitz
3. แนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของ Michel de Certeau และ James C. Scott
4. แนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัลของ Leah Lievrouw
5. แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการพูดปากต่อปาก

แนวความคิดและมุมมองที่นักวิชาการมีต่อการพูดปากต่อปากนั้นมีความหลากหลายและแตกต่างกันค่อนข้างมาก แม้แต่การให้คำนิยามก็ยังคลุมเครือว่าการพูดปากต่อปากนั้นควรหมายถึงการพูดในลักษณะใดบ้าง พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493 ให้ความหมายคำว่าซุบซิบ ว่าคือ “การพูดค่อยๆ ไม่ให้ใครได้ยิน” นักภาษาศาสตร์บางท่านก็ให้ความเห็นว่าคำนี้มาจากการเลียนเสียงธรรมชาติคือเมื่อคนพูดบอกเล่ากันด้วยเรื่องราวที่ไม่อยากให้ใครรู้ก็จะลดเสียงลงเป็นการกระซิบกระซาบ เสียงจะแทรกไรฟันออกมาฟังคล้ายซุบซิบๆ จึงเรียกการพูดลักษณะนี้ว่าซุบซิบ

ขณะที่ Rosnow & Fine (1976) อ้างถึง Random House Dictionary ให้ความหมายว่าการซุบซิบคล้ายกับข่าวลือ (Rumour) คือการพูดคุยสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ ผิดแต่ว่าการซุบซิบจะเน้นเป้าหมายเป็นตัวบุคคล และเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องไม่เป็นสาระหรือสลักสำคัญอย่างใด ขณะที่ข่าวลือจะเน้นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ และส่งผลกระทบใหญ่ต่อสังคม (Cooley, 1962)

Ref. code: 25615807300040CHL

2.1.1 ลักษณะของการพูดปากต่อปาก

ดังคำอธิบายข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเรื่องยากที่เราจะแยกแยะว่าการพูดแบบใดจัดเป็นการพูดปากต่อปากและแบบใดไม่เป็น แต่มีความเห็นว่าเราอาจหมายรวมการพูดปากต่อปากซึ่งรวมถึงข่าวลือ การซุบซิบ การนินทา การเล่านิทาน และอีกมากมายเข้าไว้ด้วยกัน โดยมองว่าการพูดปากต่อปากนั้นมีลักษณะบางอย่างร่วมกันซึ่งส่งผลต่อการขับเคลื่อนประเด็นสังคมของประชาชนดังต่อไปนี้

หนึ่ง ข้อมูลที่ไม่ได้รับการรับรองจากผู้มีอำนาจ (unauthenticated information)

Rosnow and Fine (1976) อ้างถึง Random House Dictionary ซึ่งให้ความหมายการซุบซิบว่าคล้ายกับข่าวลือ (Rumour) ในแง่ที่เป็นการส่งต่อข้อมูลซึ่งไม่มีการพิสูจน์ความจริงผ่านหลักฐาน หรือผู้มีอำนาจในสังคมนั้นไม่สามารถใช้อำนาจของตัวในการสยบข่าวเล่าต่อกันมาเหล่านั้นได้ Shibutani (1966) กล่าวว่าการพูดต่อๆ กันนั้นจะถึงแก่ “ความตาย” หรือไม่มีใครสนใจก็ต่อเมื่อความจริงถูกพิสูจน์หรือเวลาล่วงเลยไปนานจนผู้คนเลิกสนใจข่าวสารนั้นไปเอง

สอง ไม่มีผู้รับผิดชอบ

ข่าวลือเกิดและแพร่กระจายง่าย ทว่าหยุดยากเนื่องจากเมื่อแพร่กระจายไปแล้วไม่มีบุคคลหนึ่งบุคคลใดมีอำนาจเหนือข่าวลือเหล่านั้น หากมีบุคคลหนึ่งบุคคลใดอ้างตัวว่าเป็นต้นทางปล่อยข่าวสารเหล่านั้น ข่าวสารก็จะไม่เป็นเรื่องลืออีกต่อไป นอกจากนี้ข่าวลือยังคัดลอกตัวเองซ้ำแล้วซ้ำเล่า ถูกดัดแปลงและส่งต่อผ่านการสื่อสารในชีวิตประจำวันหลากหลายช่องทาง (Shibutani, 1966)

สาม นำเสนอเรื่องราวได้ทุกประเด็น

ทั่วไปแล้ว ข่าวสารที่ได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นเรื่องน่าเชื่อถือ มีสาระและควรค่าแก่การรับฟังมักเป็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญของสังคม เช่น ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม หาก Shibutani (1966) ระบุว่าในกรณีของการพูดต่อๆ กัน ประเด็นที่สามารถมานำเสนอได้นั้นมีความหลากหลายมาก ตั้งแต่เรื่องราวทั่วไป อาทิ ชู้สาว รูปลักษณ์ คำพูดคำจา ฯลฯ ไปจนถึงเรื่องราวหนักๆ อาทิ สถานการณ์บ้านเมือง ความเดือดร้อนสาธารณะ ภัยพิบัติธรรมชาติ นอกจากนั้นเป้าหมายของการพูดถึงก็เป็นไปได้หลายระดับ ตั้งแต่ระดับตัวบุคคล หน่วยงานองค์กร สถาบัน ไปจนถึงโครงสร้างสังคมระดับมหภาค

ด้านประเภท Knapp (1942, pp. 22-37) แสดงทัศนะว่าการพูดต่อๆ กันนั้นอาจสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทตามหน้าที่และจุดประสงค์ในการสร้างสารดังต่อไปนี้

หนึ่ง หล่อเลี้ยงความฝัน (pipe dream)

จัดเป็นการพูดปากต่อปากที่อธิบายสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้น กำลังเกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อมอบความหวัง ช่วยให้ประชาชนสามารถอดทนต่อความ

Ref. code: 25615807300040CHL

ยากลำบากหรือความเดือดร้อนในช่วงเวลานั้นไปได้ ตัวอย่างเช่น ข่าวลือสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดและฮิตเลอร์ถูกลอบสังหารระหว่างที่ประชาชนกำลังทุกข์ทนจากภัยของสงคราม

สอง หล่อเลี้ยงความกลัว (bogie)

ข่าวสารที่สะท้อนว่าประชาชนในสังคมกำลังหวาดกลัวหรือกังวลใจเกี่ยวกับประเด็นหนึ่งประเด็นใดอยู่ ตัวอย่างเช่น ข่าวลือว่าเรือรบที่อ่าวเพอร์ลฮาร์เบอร์ถูกทำลายจนหมดและประเทศสหรัฐอเมริกาใกล้แพ้สงคราม บางครั้งข่าวสารประเภทนี้อาจถูกประชาชนใช้เป็นเครื่องมือในการต่อต้านผู้มีอำนาจในสังคม อาทิเช่น ข่าวลือว่าราชการจะเก็บภาษีเพิ่มขึ้น เมื่อข่าวลือนี้แพร่สะพัดในหมู่ประชาชน ราชการมีภาระในการออกมาแก้ไขข่าวลือและกลายเป็นพันธสัญญากับประชาชนว่าจะไม่ขึ้นภาษีในอนาคต แต่ในทางตรงกันข้าม ข่าวลือลักษณะนี้ก็อาจเป็นการ “โยนหินถามทาง” จากฝ่ายผู้มีอำนาจเพื่อวัดกระแสการต่อต้านจากประชาชนก่อนลงมือกระทำสิ่งใด เช่น ข่าวลือการทำรัฐประหาร

สาม หล่อเลี้ยงความแตกแยก (wedge-driving)

การพูดปากต่อปากบางครั้งถูกสร้างขึ้นเพื่อก่อให้เกิดความแตกแยกภายในสังคมหรือหมู่ประชาชน เช่น ข่าวลือว่าชาวอเมริกันที่เป็นคาธอลิกพยายามหลบหนีการจ่ายภาษี ข่าวลือประเภทนี้อาจถูกใช้เป็นเครื่องมือทั้งจากฝั่งผู้มีอำนาจและฝ่ายประชาชนเพื่อจุดประสงค์ในการทำลายล้างฝั่งตรงข้าม วิธีนี้อาจเกิดประสิทธิผลในระยะแรกแต่ผลลัพธ์คือการสร้างความเกลียดชัง ความแตกแยก ความไม่ไว้เนื้อเชื่อใจให้ร้าวลึกในความคิดของทั้งฝ่ายประชาชนและผู้ปกครอง

ดังที่กล่าวมา เห็นได้ว่าการพูดปากต่อปากจะดูเหมือนเป็นเรื่องส่วนบุคคล แต่ Allport & Portman (1947) แสดงทัศนะว่าการพูดต่อๆ กันนั้นถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมรูปแบบหนึ่งที่มีอำนาจเปลี่ยนแปลงสังคมชนิดหน้ามือเป็นหลังมือ ในบางโอกาสข่าวลืออาจนำไปสู่การเคลื่อนไหวที่รุนแรงบนท้องถนน และหลายครั้งผู้เกี่ยวข้องกับข่าวลือเหล่านี้ก็มีจำนวนหลายล้านคน ตัวอย่างที่เป็นรูปธรรม เช่น กรณีของอาหรับสปริง (Arab Spring protest) การประท้วงทางการเมืองซึ่งเกิดขึ้นในหลายประเทศแถบอาหรับ ต้นเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากรัฐบาลควบคุมการใช้งานโซเชียลมีเดียของประชาชนในประเทศจนทำให้เกิดข่าวลือแพร่สะพัดไปทั่ว ส่งผลให้ผู้คนต้องออกมาร่วมการประท้วงตามท้องถนนเพื่อสืบหาข้อเท็จจริงด้วยตนเอง (“Arab Spring Anniversary,” 2016)

ผู้วิจัยเห็นว่าการพูดปากต่อปากเป็นเครื่องมือการสื่อสารสำคัญที่เปิดโอกาสให้คนธรรมดาหยิบฉวยไปใช้เพื่อขับเคลื่อนประเด็นปัญหาของตนเองเนื่องจากสามารถเผยแพร่ข่าวสารของฝ่ายตนได้โดยหลบเลี่ยงการปะทะกับผู้มีอำนาจ ขณะเดียวกันก็สามารถนำเสนอข่าวสารได้หลากหลายประเด็นและหลากหลายระดับเพื่อนำไปสู่การต่อสู้ในประเด็นปัญหาที่หลากหลายได้ แต่ในทางตรงกันข้าม ฝ่ายที่มีอำนาจนำในสังคมก็สามารถหยิบฉวยการพูดปากต่อปากมาใช้เพื่อก่อให้เกิดความเกลียดชัง

Ref. code: 25615807300040CHL

ความแตกแยก ความไม่ไว้เนื้อเชื่อใจในหมู่ประชาชน ส่งผลให้การปกครองเป็นไปอย่างสะดวกราบลื่นเช่นกัน

2.1.2 วงจรชีวิตของการพูดปากต่อปาก

Morin (1971) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศสทำการศึกษากระบวนการเกิดขึ้นและหายไปของข่าวลือในหมู่หญิงสาวชนชั้นกลางของเมืองออร์ลีนส์ ประเทศฝรั่งเศส โดยเวลานั้นเกิดการเผยแพร่ข่าวลือว่ามีเด็กสาวถูกชาวยิววางยาและกักขังพร้อมส่งตัวออกไปต่างประเทศเพื่อบังคับให้ทำงานเป็นโสเภณี ในเวลาไม่นานก็มีสื่อมวลชนหยิบประเด็นนี้ไปนำเสนออย่างกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น นิตยสาร นัวร์ อิต บลองค์ ลงภาพหน้าปกเป็นภาพชายนิรนามท่าทางคุกคามกำลังบีบคอเด็กสาวอย่างโหดร้าย ภายในนิตยสารมีภาพหญิงสาวนอนหมดสติอยู่บนเรือ ถูกบังคับให้ทานยา และนอนหลับใหลไม่ได้สติอยู่บนพื้นเรือ ในเวลาต่อมา ข่าวลือนี้ทำให้พ่อค้าชาวยิวถูกเกลียดชังและนำไปสู่การโจมตีชาวยิวในพื้นที่หลายครั้ง

ภายหลัง Morin ได้ข้อสรุปว่าการลือต่อๆ กันนั้นมีลักษณะคล้าย “สิ่งมีชีวิต” กล่าวคือมีวัฏจักรชีวิตตามพัฒนาการของเหตุการณ์ ตั้งแต่ขั้นแรก การกำเนิด ขั้นสอง การผจญภัย ขั้นสาม การตาย และในแต่ละลำดับขั้นของ “ชีวิต” นั้นข่าวลือก็มีลักษณะและทำหน้าที่แตกต่างกันออกไปดังอธิบายต่อไปนี้

2.1.2.1 การกำเนิด (Birth)

รูปแบบและหน้าที่ของข่าวลือนั้นมีหลากหลายเนื่องจากมูลเหตุจูงใจให้เกิดข่าวลือก็มีหลากหลายเช่นกัน ข่าวลืออาจเป็นกลุ่มของข้อมูลที่บังเอิญเกิดขึ้นเพื่อให้ความหมายสิ่งที่เกิดอะไรขึ้น หรือข่าวลืออาจเป็นเรื่องราวที่ถูกจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระบบ (Rosnow, 1974) แต่สำหรับการลือต่อกันเพื่อก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมนั้น ข่าวลือนั้นมักเกิดจากตัวแปรหลายตัว เช่น การสันนิษฐาน (surmise) เมื่อพบปรากฏการณ์ที่ตนเองไม่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน มีความคลุมเครือจนต้องกระจายข่าวลือเพื่อหาคำอธิบายจากผู้อื่น ความหวาดระแวง (jealousy) เมื่อพบเจอปรากฏการณ์ที่ตนต้องการตั้งคำถามหรือสงสัยในความไม่ชอบมาพากลของเหตุการณ์ และเป็นเหตุการณ์สำคัญ (important) ซึ่งส่งผลกระทบต่อตนเองหรือสาธารณะจนไม่อาจนิ่งเฉยได้ (Allport & Postman, 1947)

อย่างไรก็ตาม การพูดต่อๆ กันบางกรณีไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่มีกระบวนการหรือระบบที่ตั้งใจแพร่กระจายเนื้อหาสารเหล่านั้นโดยใช้หลักการชักจูงใจเป็นหลัก จุดเริ่มต้นของข่าวลือประเภทนี้จะเกิดจากความเห็นเป็นหลักก่อนที่ “ข้อเท็จจริง” จะถูกสกัดออกมาเป็นใจความหลักระหว่างที่ข่าวลือถูกส่งต่อไปเรื่อยๆ (Allport & Postman, 1947)

เมื่อเวลาผ่านไปหากยังไม่มีบุคคลหรือสถาบันใดเข้ามาพิสูจน์ความจริงของเนื้อหาสารเหล่านั้น Allport & Postman (1947) กล่าวว่าข่าวลือเหล่านั้นจะยิ่งแพร่กระจายตัว

Ref. code: 25615807300040CHL

รวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลให้คนในสังคมเข้าร่วมการสื่อสารข่าวลือนั้นมากขึ้นเรื่อยๆ ด้วยความอยากรู้อยากเห็นและปรารถนาให้สถานการณ์สงบลง ดังนั้นโดยปกติแล้ว Shibutani (1966) กล่าวว่าสถาบันสื่อมวลชนจะเป็นสถาบันหลักที่ช่วยคลี่คลายความสงสัยของสาธารณชนลงไป แต่หากสื่อมวลชนกระแสหลักล้มเหลวในการให้คำอธิบาย สื่อมวลชนกระแสรอง เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อวิทยุชุมชนจะเป็นตัวแปรสำคัญที่เข้ามาช่วยอธิบายปรากฏการณ์เหล่านั้นแทน

2.1.2.2 การผจญภัย (Adventure)

Hill & Bonjean (1964, pp. 336-42) ระบุว่าตัวแปรที่ทำให้ข่าวลือสามารถสื่อสารต่อสาธารณชนได้อย่างรวดเร็วคือ ความน่าตื่นเต้นของเหตุการณ์ คุณค่าข่าว และช่วงเวลาในการส่ง ตัวอย่างเช่น กรณี John F. Kennedy อดีตประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกาถูกลอบสังหาร ชาวอเมริกันกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ของประเทศรับทราบข่าวการสังหารภายใน 45 นาทีก่อนการประกาศอย่างเป็นทางการครั้งแรก ขณะที่กว่าครึ่งของประชากรที่ได้รับทราบข่าวการสังหารทราบข่าวมาจากข่าวลือปากต่อปาก (Caplow, 1947, pp. 298-302) ทั้งนี้เนื่องจากข่าวการลอบสังหารมีทั้งความน่าตื่นเต้น มีคุณค่าข่าวในเชิงเหตุการณ์อันสำคัญต่อบ้านเมือง และถูกส่งต่อในช่วงเวลาที่ผู้คนตื่นตัวทางการเมืองอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารในรูปแบบการเล่าปากต่อปากนั้นเป็นการสื่อสารสองทาง หมายความว่าทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสารมีอำนาจในการดัดแปลง (distortion) ลงรหัสสาร (encoding) หรือการแปลรหัสสาร (decoding) ที่แตกต่างไปจากต้นฉบับทุกครั้งที่เกิดการสื่อสาร เทคนิคการดัดแปลงสารสำหรับการพูดปากต่อปากที่น่าสนใจมีด้วยกัน 3 รูปแบบคือการลดทอนข้อมูล (leveling) คือการทำลายข้อมูลบางอย่างออกไปจากข่าวลือ สอง การเน้นข้อมูล (sharpening) คือการเลือกให้ความสนใจกับข้อมูลบางอย่าง สาม ดัดแปลง (assimilation) คือการบิดเนื้อหาบางอย่างในข่าวลือเพื่อให้เกิดโครงสร้างเรื่องราวใหม่ที่ฟังดูสมเหตุสมผลกว่าเดิม (Larsen, 1954, pp. 426-433)

1. การลดทอนข้อมูล (leveling) การลดทอนข้อมูลคือการตัดคำบางคำและข้อมูลบางอย่างออกระหว่างที่ข่าวลือถูกส่งต่อโดยการลดทอนข้อมูลนั้นทำเพื่อให้โครงเรื่องสมเหตุสมผลกันตลอดทั้งเรื่อง ไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดไม่สมจริงจนไม่น่าเชื่อถือจนส่งผลให้ข่าวลือไม่สามารถเดินทางต่อไปได้ แต่ยิ่งข่าวลือผ่านการส่งต่อไปมากเท่าไหร่โอกาสที่จะลดทอนข้อมูลก็ยิ่งน้อยลงไปเท่านั้น

2. การเน้นข้อมูล (sharpening) เป็นขั้นตอนต่อจากการลดทอนข้อมูล ขั้นตอนนี้เน้นข้อมูลบางส่วนจากข้อมูลใหญ่ การลดทอนข้อมูลและการเน้นข้อมูลเหมือนเป็นเหรียญสองด้านที่ต้องดำเนินควบคู่กันไปเสมอ ข้อมูลที่มีการเน้นส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับ “การเคลื่อนที่และการเดินทาง” เช่น วัตถุนั้นตกลง บินขึ้น หรือวิ่งหนี เนื่องจากการเคลื่อนไหวทำให้ข่าวลือดูมีความเคลื่อนไหวและมีมิติมากยิ่งขึ้น

Ref. code: 25615807300040CHL

3. การดัดแปลงข้อมูล (assimilation) การดัดแปลงข้อมูลถือเป็นขั้นตอนทางจิตวิทยาที่เชื่อมระหว่างการลดทอนข้อมูลและการเน้นข้อมูลโดยมีจุดประสงค์เพื่อปั้นข่าวลือไปในทิศทางดังต่อไปนี้

หนึ่ง การเติมแต่งข้อมูลเพื่อช่วยให้เกิดความต่อเนื่อง (good continuation) โดยเป็นการใช้ความสนใจ นิสัย และอารมณ์ของผู้ส่งข่าวลือเพื่อแต่งเนื้อหาของข่าวลือให้สมบูรณ์และสามารถเล่าเรื่องได้อย่างต่อเนื่อง ไม่มีสะดุด สรุปคือเราใช้ความสนใจและประสบการณ์ในอดีตเพื่อเติมแต่งข้อมูลให้เป็นในทิศทางที่เราคิดว่าสมเหตุสมผล

สอง การแต่งข้อมูลโดยการบีบอัด (condensation) มนุษย์จำเนื้อหาน้อยสิ่งได้ง่ายกว่าสิ่งของหลายๆ สิ่ง ดังนั้นเราจึงมักสรุปรวมข้อมูลให้เป็นกลุ่มก้อนโดยใช้ความคาดหวัง ความเคยชินทางภาษา และภาพเหมารวมที่เราคิดต่อเนื้อหาเหล่านั้น

สาม การเลือกจดจำและการเลือกละเลย (selective forgetting and repression) Sherif (1969) ระบุว่ามนุษย์ใช้กรอบอ้างอิงของตัวเองในการมองสิ่งแวดล้อมรอบตัว ดังนั้นเราจึงตัดสินว่าจะจดจำส่วนไหนและละเลยรายละเอียดส่วนไหนโดยการนำข่าวลือไปเทียบกับกรอบอ้างอิงส่วนบุคคลของตัวเอง หากไม่มีมาตรฐานใหม่หรือการตรวจสอบความถูกต้องเราก็มีแนวโน้มจะใช้กรอบอ้างอิงส่วนบุคคลเดิมในการจดจำและไม่จดจำข่าวลือ

ดังนั้น การลดทอนข้อมูล การเน้นข้อมูล และการดัดแปลงข้อมูล เป็นเพียงรูปแบบของการดัดแปลงข่าวลือที่มีโอกาสเป็นไปได้สูง แต่ยังมีรูปแบบโต้ตอบกับข่าวลืออย่างอื่น เช่น การนิ่งเฉยไม่ตอบสนองเพราะไม่ต้องการให้เกิดแรงต่อต้านขึ้น ทั้งนี้ Festinger (1948) ระบุว่าการบิดเบือนข่าวลือถือเป็นการพยายามสร้างความหมายใหม่ให้แก่เหตุการณ์และยังถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการต่อต้านอำนาจของผู้ปล่อยข่าวลือให้ไหลเวียนอยู่ในกระแสสังคมด้วย

2.1.2.3 การตาย (Death)

ผู้คนที่ทำตัวเป็นสื่อกลางในระบบของการสื่อสารสามารถแสดงบทบาทเป็นได้ทั้งเชิงรุก (active) และเชิงรับ (passive) ในการเปิดวงถกเถียงเกี่ยวกับข่าวลือหนึ่งๆ บทบาทเชิงรุกคือการที่ผู้ส่งต่อข่าวลือใส่ความปรารถนาหรือความต้องการโน้มน้าวผู้อื่นเข้าไปในเนื้อหา ส่วนในบทบาทเชิงรับคือเมื่อผู้รับข่าวลือเลือกที่จะนิ่งเฉยและไม่ส่งต่อข่าวลือไป

การหยุดส่งต่อข่าวลือโดยสิ้นเชิงทำให้ข่าวลือ “ถึงแก่ความตาย” ซึ่งความตายของข่าวลือนั้นเกิดขึ้นได้หลายสาเหตุดังต่อไปนี้

หนึ่ง ตายตามธรรมชาติ เรื่องราวบางอย่างตายไปโดยธรรมชาติเนื่องจากผู้คนเริ่มเบื่อหน่ายข่าวลือและเรื่องราวนั้นแล้ว พวกเขาเลยเลิกคิดและพูดถึงเรื่องนั้นไปเอง ความตายแบบนี้มักเกิดขึ้นกับข่าวลือที่ไม่มีผลกระทบต่อสาธารณชน ความเบื่อหน่ายเป็นจุดเริ่มต้นของความ

Ref. code: 25615807300040CHL

ตายโดยธรรมชาติและเมื่อมีเหตุการณ์ใหม่เข้ามาผู้คนก็จะย้ายความสนใจจากข่าวลือเก่าไปยังข่าวลือใหม่ (Shibutani, 1966)

สอง เหตุการณ์จบลง ข่าวลืออาจหมดอายุเมื่อเงื่อนงำที่อยู่ในเหตุการณ์คลี่คลายออก กล่าวคือข่าวลือบางชนิดหายไปเพราะไม่สามารถตอบสนองความต้องการข่าวสารรวมถึงอารมณ์ของสาธารณชนในขณะนั้นได้อีกต่อไป เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นและความจริงถูกเปิดเผยข่าวลือก็จะไม่จำเป็นกับสังคมนั้นอีก (Festinger, 1948)

สาม ข่าวลือหายไปเพราะถูกควบคุมกำกับ ความตายของข่าวลือบางครั้งเกิดจากการทำงานของสถาบันที่เป็นระบบโดยเฉพาะสื่อกระแสหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ระบบเซนเซอร์ และศูนย์ควบคุมข่าวลือซึ่งทำหน้าที่ในการเปิดเผยข้อบกพร่องของข่าวลือที่กำลังแพร่กระจายอยู่ (Morin, 1971) ทั้งนี้การทำลายข่าวลือที่ได้ผลดีมักอยู่ในช่วงที่ข่าวลือเพิ่งถือกำเนิดซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนที่ผู้คนจะมีเวลารวมรวมข้อมูลจากข่าวลือและยึดถือว่ามันเป็น “ความจริง” และผู้ร่วมวงข่าวลือจะพยายามผลักดันให้ข่าวลือที่ตัวเองยึดถือกลายเป็นเรื่องจริงขึ้นมาให้ได้ วิธีการทำลายข่าวลือที่ได้ผลคือการเสนอความจริงมากที่สุดเพื่อให้ผู้ร่วมวงสนทนาที่ยังไม่ตัดสินว่าใครถูกใครผิดคล้อยตามได้

อย่างไรก็ตาม บางครั้งเมื่อข่าวลือกำลังจากคลี่คลายไปก็กลับมีเงื่อนงำใหม่โผล่ขึ้นมาทำให้ข่าวลือนั้น “ฟื้นคืน” (recoveries) กลับขึ้นมาอีกครั้งขณะที่ข่าวลือบางชนิดก็มีแนวโน้มเพื่อทำลายล้างเป้าหมายและจะไม่หยุดแพร่กระจายถ้ายังทำหน้าที่นั้นไม่สำเร็จ ขณะที่ข่าวลือบางชนิดไม่มีวันตายเนื่องจากมันกลายเป็นส่วนหนึ่งความเชื่อของสังคมซึ่ง Pollard (1915, pp. 321-330) กล่าวว่าประวัติศาสตร์ของมนุษย์นั้นแท้จริงแล้วคือส่วนผสมของ “ข่าวลือที่ถูกกลั่นกรอง” มาแล้วและฝังตัวเองกลายเป็นส่วนหนึ่งของหน้าประวัติศาสตร์ในสังคมและยากที่จะตัดออกจากสังคมได้

ปัจจัยที่จะทำให้ข่าวลือถูกทำลายเกี่ยวข้องกับความเชื่อถือของผู้รับสารที่มีต่อแหล่งข้อมูลที่ข่าวลืออ้างอิง หากแหล่งข่าวที่ถูกนำมาใช้หักล้างข่าวลือน่าเชื่อถือมากจะทำให้เกิดทัศนคติด้านบวกต่อข่าวและทำให้คนทั่วไปเริ่มไม่เชื่อถือข่าวลือซึ่งมีความน่าเชื่อถือต่ำ อย่างไรก็ตามยิ่งเวลาผ่านไปนานเท่าไหร่และยังไม่มีการชี้แจงข่าวลืออย่างเป็นระบบ ผู้คนจะเริ่มคลายความเชื่อถือข่าวจริงและหันกลับไปเชื่อถือข่าวลือมากกว่าเดิม

2.1.3 การสร้างความน่าเชื่อถือ

หากคนธรรมดาต้องการฉวยใช้การพูดปากต่อปากเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็นผ่านโลกออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จ การสร้างความเชื่อใจให้เกิดแก่สมาชิกเป็นเรื่องสำคัญมาก Bargh & McKenna (2004, pp. 573-590) ให้คำนิยามความเชื่อใจบนโลกอินเตอร์เน็ตว่าเปรียบเสมือน “หัวใจหลักของการสื่อสาร” เนื่องจากบนโลกเสมือน คู่สนทนาหรือกลุ่มสนทนามักไม่

รู้จักกันเป็นการส่วนตัวและไม่มีสายสัมพันธ์กันมาก่อน ตัวอย่างเช่น หากเราเจอคนถูกใจทางเว็บไซต์หาคู่ออนไลน์ เราไม่มีทางรู้เลยว่าสิ่งที่บุคคลนั้นเขียนบรรยายตัวเองไว้ในโปรไฟล์นั้นเป็นความจริงหรือไม่ รูปโปรไฟล์เป็นตัวจริงหรือเพียงภาพเสมือน (avatar) ที่หาได้ทั่วไป และหากเราขอคำปรึกษาออนไลน์ เราก็ไม่มีวันรู้ว่าผู้แนะนำเป็นใคร มีแรงจูงใจอะไร และมีความสามารถแค่ไหนในการช่วยเหลือเรา

ด้วยเหตุว่าความเชื่อใจเป็นเรื่องสำคัญในการสื่อสารบนโลกดิจิทัล เครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ จึงออกแบบมาให้ผู้ใช้สามารถเชื่อใจกันได้อย่างหลวมๆ เพื่อเอื้อให้เกิดการสื่อสารอย่างเป็นเครือข่ายระหว่างผู้ใช้ด้วยกัน

Mayer และคณะ (1995, pp. 709-734) นิยามความเชื่อใจว่าเป็นความต้องการของกลุ่มบุคคลหนึ่ง (ผู้เชื่อถือ) ที่จะยอมรับการกระทำของอีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง (ผู้ถูกเชื่อถือ) โดยไม่มีความสามารถที่จะตรวจสอบหรือควบคุมกลุ่มบุคคลนั้นได้ มีเพียงความคาดหวังว่า กลุ่มบุคคลนั้นจะทำตามที่กลุ่มตนคาดหวัง ขณะที่ทางด้านความเชื่อใจในทางสังคมวิทยาหมายความถึงความคาดหวังเกี่ยวกับการกระทำในอนาคตของผู้ที่เราเชื่อถือ

ความคาดหวังนี้จะถือเป็นความเชื่อใจก็ต่อเมื่อการกระทำของบุคคลที่เราเชื่อถือมีผลต่อเรา ความเชื่อถือมีสองระดับ หนึ่ง ระดับปัจเจก สอง ระดับสังคม ที่ระดับปัจเจกความสามารถของผู้เชื่อถือมีผลอย่างมาก หากผู้เชื่อถือมีความสามารถในการตรวจสอบต่ำก็เป็นผลให้ต้องยอมเชื่อใจผู้ถูกเชื่อถือมากตามไปด้วย อย่างไรก็ตาม ความเชื่อใจในระดับสังคมเป็นความเชื่อใจกันเพื่อนำไปสู่การร่วมกันโดยเล็งเห็นผลลัพธ์ในอนาคตเป็นสำคัญ ความเชื่อใจในลักษณะนี้เป็นผลพวงของสถาบันหรือระบบที่เอื้อให้ปัจเจกที่เข้ามาร่วมกลุ่มสามารถเชื่อใจกันได้ ขณะที่ Rousseau และคณะ (1998, pp. 217-233) กล่าวว่าการร่วมมือกันนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อประโยชน์ของฝ่ายผู้เชื่อใจหรือผู้ถูกเชื่อใจฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด หากแต่เป็นไปเพื่อประโยชน์แก่กลุ่มบุคคลทั้งสองฝ่าย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่า “ความเชื่อใจ” เป็นตัวแปรสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการสื่อสารผ่านปากต่อปากบนโลกออนไลน์ เนื่องจากมันช่วยเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างคนที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน เพื่อให้กลุ่มบุคคลหนึ่งยอมรับการกระทำของอีกกลุ่มบุคคลหนึ่งโดยไม่มีความสามารถในการตรวจสอบหรือควบคุมกลุ่มบุคคลนั้น และนำไปสู่การร่วมมือกันเพื่อการขับเคลื่อนประเด็นปัญหาบางอย่างในอนาคตเพื่อประโยชน์แก่ตนเองและสังคม

2.1.3.1 การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สาร

ความน่าเชื่อถือไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นมาจากสัญชาตญาณของมนุษย์หากแต่ถูกประกอบสร้างขึ้นจากเงื่อนไขต่างๆ เช่น ความคาดหวัง แรงจูงใจจากผลประโยชน์ แรงกระตุ้นจากคนรอบข้าง และผันแปรไปตามบริบทรอบๆ เหตุการณ์เหล่านั้น และแม้การเชื่อถือข่าวสารที่ไม่น่าเชื่อถืออาจนำหายนะมาสู่เราแต่มนุษย์มีแนวโน้มเชื่อถือสิ่งที่เราสนใจหรือชอบพอมากกว่าพยายาม

หาจุดจับผิดเนื่องจากการเชื่อถือสิ่งเหล่านั้นจะนำผลประโยชน์มาให้ เช่น การสร้างความสัมพันธ์ซึ่งก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมระหว่างผู้เผยแพร่ข่าวสารและผู้เชื่อถือ (Hardin, 2006)

ตามทัศนะของ Hardin (2006) มนุษย์สามารถประกอบสร้างสาร (message) ที่ส่งถ่ายทอดผ่านการพูดแบบปากต่อปากให้น่าเชื่อถือได้ด้วยวิธีอันหลากหลายดังต่อไปนี้

(1) การอ้างอิงและการสร้างอารมณ์ร่วม

แนวทางพื้นทางในการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดแก่สารคือการอ้างอิงถึงบุคคลหรือองค์กรเพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นผ่านกระบวนการคิดแบบเป็นตรรกะคือเมื่อแหล่งสารน่าเชื่อถือ เราก็อาจอนุมานได้ว่าสารนั้นน่าเชื่อถือไปด้วยแม้จะยังไม่สามารถพิสูจน์ได้ว่าแหล่งสารเหล่านั้นเป็นต้นตอของสารนั้นจริงหรือไม่ อย่างไรก็ตาม Hollis (1998) ตั้งข้อสังเกตว่ามนุษย์ไม่ได้เชื่อถือข่าวสารผ่านระบบความคิดที่เป็นตรรกะ (rational) เพียงอย่างเดียว แต่บางครั้งเราก็เชื่อข่าวสารที่ถูกจริตหรือรับใช้อารมณ์ความรู้สึก (emotional) และความหวังของเราอย่างเต็มใจ ตัวอย่างการเชื่อถือข่าวสารที่ไม่สมเหตุสมผลเช่นการที่ชาวยิวเชื่อถือรัฐบาลนาซีในช่วงสงครามโลกว่าจะไม่ทำอันตรายตนเองและยอมให้ถูกจับกุมโดยง่ายสะท้อนถึงการเชื่อถือเพื่อรับใช้ “ความหวัง” ที่ตนจะรอดชีวิตจากสภาพการกดขี่อันโหดร้าย ทั้งๆ ที่หากคิดตามหลักเหตุผลรวมถึงข้อมูลที่ได้รับแล้วมีความเป็นไปได้น้อยมากที่รัฐบาลนาซีจะปลดปล่อยชาวยิวให้เป็นอิสระ (Hardin, 2006)

(2) ความเสี่ยงและผลกระทบ

มนุษย์เชื่อถือข่าวสารหนึ่งข่าวสารใดก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ร่วมกับเนื้อหาสารนั้นๆ พูดอย่างง่ายคือความเสี่ยงเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เราเลือกเชื่อถือหรือไม่เชื่อถือข่าวสารต่างๆ เช่น เราอาจเชื่อถือบาริสต้าว่าจะชงกาแฟตามออร์เดอร์ที่เราสั่งง่ายๆ เนื่องจากผลกระทบจากความเชื่อถือนั้นเป็นเรื่องเล็กน้อย กล่าวคือในกรณีที่แย่ที่สุดกาแฟนั้นอาจออกมามีรสชาติเหมือนน้ำล้างถ้วยและเราจำต้องทิ้งมันไป แต่ในทางกลับกันเราจะเชื่อถือโบรกเกอร์ที่ชี้ชวนให้เราลงทุนในหุ้นยากมากเนื่องจากความเสี่ยงจากการเชื่อถือข่าวสารของโบรกเกอร์อาจส่งผลให้เราสิ้นเนื้อประดาตัว กล่าวโดยสรุป การสร้างข่าวสารให้น่าเชื่อถือจึงคือการเน้นย้ำให้ผู้รับสารเห็นผลประโยชน์ของการเชื่อถือข่าวสารนั้นๆ และเบี่ยงเบนไม่ให้ผู้รับสารเล็งเห็นถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ (Hardin, 2006)

ผู้วิจัยอาจสรุปความสัมพันธ์ในส่วนนี้เป็นสมการได้ว่า (ผลประโยชน์ที่อาจได้รับ - ผลกระทบที่อาจได้รับ) - ความเสี่ยง = ความเชื่อถือ/ความไม่เชื่อถือ ซึ่งส่งผลให้ผู้ร่วมวงสนทนาข่าวลือเลือกที่จะส่งต่อหรือไม่ส่งต่อข่าวสารเหล่านั้น

แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้บริบทของโลกาภิวัฒน์ที่ซึ่งสังคมตกอยู่ภายใต้ความเสี่ยงทุกตารางนิ้ว ตั้งแต่ความเสี่ยงจากการใช้ชีวิตในเมือง ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ ความเสี่ยงจากความสัมพันธ์ และอื่นๆ ข้อมูลข่าวสารกลายเป็นอีกหนึ่งสาระที่คนยุคปัจจุบันตระหนักว่ามีความเสี่ยงและไม่ควรไว้ใจอย่างยิ่ง สังคมทุกวันนี้จึงปลุกให้ปัจเจกชนตั้งข้อสงสัยต่อสิ่งต่างๆ รอบตัวมากกว่าคล้อยตามไปโดยง่าย (Hardin, 2006)

Ref. code: 25615807300040CHL

(3) ความคาดหวังและความมั่นใจ

ความคาดหวังถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ผู้รับสารจะเชื่อถือสารนั้นมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับข่าวสารนั้นตอบสนองความคาดหวังของพวกเขาได้หรือไม่ ตัวอย่างเช่น หากผู้รับสารคาดหวังให้เรื่องนั้นออกมาในเชิงบวกหรือลบแล้วเรื่องราวเป็นไปในทิศทางนั้น ผู้รับสารจะเกิดความมั่นใจที่จะเชื่อถือและเผยแพร่ข่าวสารนั้นได้ง่ายกว่าข่าวสารที่แย้งกับความคาดหวังของตนเอง (Hardin, 2006)

น่าสังเกตว่าความคาดหวังอาจไม่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสารโดยตรงแต่พิจารณาบริบทรอบข้างประกอบด้วย เช่น ลักษณะของผู้ส่งสาร ความสมเหตุสมผลของสาร ที่สุด ผู้คนจะเชื่อถือข่าวสารใดก็ด้วยเล็งเห็นผลประโยชน์ 4 ประเภท หนึ่ง ผลประโยชน์เพื่อสานต่อความสัมพันธ์ สอง ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สาม ผลประโยชน์ทางด้านอารมณ์ และ สี่ ผลประโยชน์ทางด้านชื่อเสียงที่ส่งผลประทบต่อความสัมพันธ์ด้านอื่นๆ ต่อไป หากข่าวสารถูกสร้างขึ้นโดยมอบผลประโยชน์ดังว่าให้แก่ผู้รับสารได้ก็จะได้รับความเชื่อถือเป็นการตอบแทน (Hardin, 2006)

(4) ความถี่ในการติดต่อสื่อสาร

จัดเป็นตัวแปรที่สำคัญมากเมื่อเราไม่รู้จักผู้กระจายข้อมูลเป็นการส่วนตัว ความถี่ในที่นี้นับตามจำนวนครั้งที่ผู้ใช้มองเห็นข้อมูลทำนองเดียวกันซ้ำๆ โดยไม่จำเป็นต้องถูกกระจายข้อมูลมาจากบุคคลเดียวกัน ยิ่งข้อมูลชุดเดียวกันถูกเผยแพร่ซ้ำมากเท่าไหร่ก็ยิ่งมีโอกาสที่ปัจเจกจะเชื่อถือข้อมูลเหล่านี้ได้

นอกจากนั้น ข้อมูลทำนองเดียวกันยังควรถูกถ่ายทอดมาจากผู้ส่งสารหลายๆ กลุ่มเพราะผู้รับสารจะรู้สึกว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่คนส่วนใหญ่พูดถึงกัน หากไม่เป็นเรื่องจริงคงไม่มีใครแชร์ข้อมูลมากมายขนาดนี้ (Karsenty, 2009)

(5) ความสามารถ (Perceived competence)

มนุษย์เชื่อถือคนแปลกหน้าบนโลกออนไลน์มากขึ้นเมื่อทราบว่าบุคคลนั้นมีความสามารถและมีความชอบธรรมในการเผยแพร่ข้อมูลเหล่านั้นจริงๆ ความสามารถ ที่ทำให้เรายอมรับผู้ส่งสารว่ามีสิทธินำเสนอข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัลมี 2 รูปแบบ หนึ่ง ตัวแทนอย่างเป็นทางการ ตัวแทนลักษณะนี้อาจหมายถึงเพจอย่างเป็นทางการของบุคคลที่สังกัดภายในบริษัท แบรนด์ หรือองค์กรนั้นๆ สอง มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องที่นำเสนอ และพิสูจน์ตัวเองแล้วว่ามีกระบวนการคิด วิเคราะห์ และมีทักษะเชิงปฏิบัติเกี่ยวข้องกับเนื้อหาเหล่านั้น เช่น ผู้ใช้ที่ประกอบอาชีพแพทย์นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ นักวิชาการรัฐศาสตร์พูดเรื่องปัญหาการเมือง (Karsenty, 2009)

Woolthuis และคณะ (2005, pp. 813-840) แสดงทัศนะว่าเราอาจเรียกสิ่งเหล่านี้ว่า “ความเชื่อถือ” มิได้ หากแต่อาจเป็น “ความศรัทธา” ที่ไม่สามารถพิสูจน์ความถูกต้องแน่นอนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม Stolte (1978, pp. 83-93) ระบุว่าความศรัทธานั้นอาจไม่ได้เกิดจากตัวแปรข้างต้นเสมอไป แต่อาจมาจากโครงสร้างทางสังคมซึ่งก่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างผู้

Ref. code: 25615807300040CHL

ส่งสารและผู้รับสาร เช่น ประชาชนถูกบังคับจากโครงสร้างราชการให้เชื่อถือข้อมูลจากหน่วยงานราชการเป็นหลัก

(6) ข้อตกลงของสังคม (Social Contract)

ถือเป็นปรากฏการณ์ที่น่าสนใจมากบนโลกการสื่อสารของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์หลายคนเชื่อถือข้อมูลที่ผู้อื่นแชร์มาเนื่องจากความเชื่อถือนี้เป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในสังคมของตนเอง ความเชื่อถือในลักษณะนี้มีลักษณะคล้ายกับศรัทธาตามที่ Putnam (1993) อธิบายว่าสังคมแต่ละสังคมจะมีระดับความเชื่อถือแบบนี้แตกต่างกันออกไป ความเชื่อถือจัดเป็นวัฒนธรรมมากกว่าเป็นวิจารณญาณส่วนบุคคลและเป็นเหมือนกาวที่ช่วยเชื่อมต่อให้สังคมทั้งในระดับมหภาคและจุลภาคสามารถร่วมมือและอาศัยร่วมกันในสังคมต่อไปได้ สังคมที่มีวัฒนธรรมการร่วมมือและเชื่อใจกันอย่างเข้มข้น เช่น สังคมญี่ปุ่น จะพบว่าสมาชิกเชื่อใจกันทั้งในชีวิตจริงและโลกออนไลน์มากกว่าปกติ (Karsenty, 2009)

2.1.3.2 ความน่าเชื่อถือของระบบการสื่อสารออนไลน์

Karsenty (2009) ทำการศึกษาเรื่องเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊คและความเชื่อถือพบว่าความเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้เฟซบุ๊คแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน ตัวแปรที่ทำให้ผู้ใช้เชื่อถือข้อมูลบนเครือข่ายออนไลน์นั้นคือ ความน่าเชื่อถือระบบ (Trustworthiness of the system) เนื่องจากผู้ใช้ (user) ไม่มีทางเชื่อถือข้อมูลจากคนแปลกหน้าอย่างสนิทใจ โปรแกรมระบบปฏิบัติการณ์ หรือซอฟต์แวร์ (เรียกรวมๆ ว่าแฟลตฟอร์ม) จึงถูกออกแบบมาให้ผู้สื่อสารเหล่านี้ยังสามารถแลกเปลี่ยนและรับข้อมูลข่าวสารระหว่างแม้จะไม่สามารถเชื่อใจกันได้อย่างสนิทใจ

การออกแบบนี้ทำให้เกิด “ปรากฏการณ์กล่องพลาสติก” (The plastic box) ซึ่งหมายถึงปรากฏการณ์ที่ผู้ใช้คนใดก็ตามสามารถสร้างสรรค์คอนเทนต์ (user-generated content) และเผยแพร่ผ่านเครือข่ายสื่อสารออนไลน์โดยมีกฎเกณฑ์หรือกติกาที่ “กล่องพลาสติก” หรือแฟลตฟอร์มที่พวกเขานำเสนอเนื้อหาสารกำกับดูแลอย่างหลวมๆ กฎเกณฑ์ที่แฟลตฟอร์มส่วนใหญ่สร้างสรรค์ขึ้นมีลักษณะดังต่อไปนี้ตามทัศนะของ Karsenty (2009)

(1) ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

ความเป็นส่วนตัวถือเป็นหนึ่งในตัวแปรหลักที่ก่อให้เกิดความไม่เชื่อถือระบบ ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ถูกแลกเปลี่ยนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมักมีความเป็นส่วนบุคคลโดยธรรมชาติหากแต่นโยบายความเป็นส่วนตัวของเครือข่ายสังคมออนไลน์หลายแฟลตฟอร์ม เช่น เฟซบุ๊คนั้นก็อาจก่อให้เกิดข้อสงสัยแก่ผู้ใช้ เนื่องจากแม้ระบบจะเปิดให้ผู้ใช้สามารถตั้งค่าความเป็นส่วนตัวในระดับที่แตกต่างกัน สูงสุดคือการปิดไม่ให้ผู้ใช้อื่นมองเห็นคอนเทนต์ของตัวเองได้ อย่างไรก็ตามเฟซบุ๊คจำเป็นต้องใช้คอนเทนต์ต่างๆ ของผู้ใช้เพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาบนแฟลตฟอร์มของตนเอง ดังนั้น

Ref. code: 25615807300040CHL

จึงเป็นการยากที่เฟซบุ๊คจะปล่อยให้ผู้ใช้ส่วนใหญ่ปิดกั้นเนื้อหาของตนเองได้สมบูรณ์แบบ และในทางปฏิบัติเราก็พบเห็นการร้องเรียนเรื่องความเป็นส่วนตัวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อยู่เนืองๆ

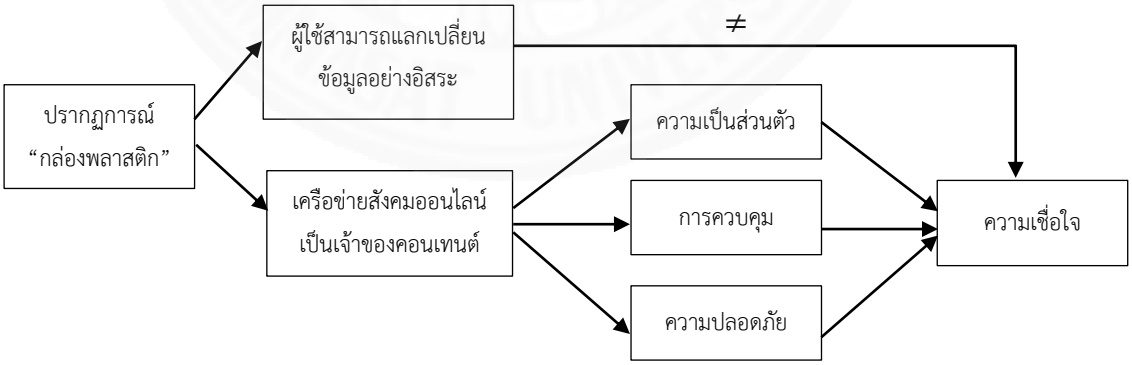
(2) การควบคุม (Control)

ผู้ใช้หลายคนกังวลว่าการแลกเปลี่ยนข้อมูลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อาจถูกนำไปใช้ในทางที่ผิดเนื่องจากปราศจากการควบคุม การปราศจากการควบคุมสามารถมองได้สองมิติ หนึ่ง มิติด้านเวลา สอง มิติด้านผู้ใช้คนอื่นๆ ด้านเวลาคือข้อมูลที่ถูกแลกเปลี่ยนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จะไม่หายไป มันจะคงอยู่ตลอดไปและอาจย้อนกลับมาปรากฏเมื่อไหร่ก็ได้ สอง ข้อมูลทุกอย่างที่ถูกแลกเปลี่ยนผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นลิขสิทธิ์ของบริษัทดังนั้นผู้ใช้คนอื่นๆ จึงสามารถนำคอนเทนต์ของเราไปเผยแพร่ได้โดยไม่จำเป็นต้องได้รับการยินยอมจากเราก่อน

(3) ความปลอดภัย (Security)

ความปลอดภัยกลายเป็นหัวข้อที่ผู้ใช้เฟซบุ๊คส่วนใหญ่เริ่มให้ความใส่ใจในปัจจุบันโดยปัญหาที่เกิดขึ้นในโลกดิจิทัลปัจจุบันคือความหวาดกลัวการโจรกรรมข้อมูล (Hacking) และการเฝ้าติดตามทางอินเตอร์เน็ต (Cyberstalking) ผู้ใช้เฟซบุ๊คหลายคน การโจรกรรมข้อมูลคือการนำเอาข้อมูลของผู้ใช้คนใดคนหนึ่งไปเผยแพร่หรือใช้ประโยชน์โดยไม่ได้รับอนุญาตจากผู้ใช้รายนั้น (Hacker, 2013) ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้ใช้บนโลกอินเตอร์เน็ตป้องกันตัวเองจากการเผยแพร่ข้อมูล ขณะที่การถูกเฝ้าติดตามออนไลน์นั้นหมายถึงการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดตามและรวบรวมข้อมูลของผู้ใช้รายอื่นโดยไม่ให้เจ้าของข้อมูลล่วงรู้และให้ความยินยอม

(4) สร้างเครือข่ายความเชื่อถือ (Breaches of Trust)



ภาพที่ 2.1 การสร้างความเชื่อใจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. จาก *Facebook and Information Trust: Facebook as a tool of information seeking and trust in the information gathered*, by S. Karsenty, 2009, Master's thesis, University of Gothenburg, Department of Applied Information Technology.

แฟลตฟอร์มส่วนใหญ่ส่งเสริมให้ผู้ใช้รวมตัวกันและสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ในระยะยาว เช่น Facebook มีระบบการ เพิ่มเพื่อน (add friend) ซึ่งทำให้ผู้ใช้สามารถเพิ่มจำนวนคนรู้จักและคนที่ไม่รู้จักเข้าในเครือข่ายความสัมพันธ์ของตน หรือมีระบบ Fanpage ที่ช่วยให้ผู้ใช้ตั้งตัวเป็นแอดมินและนำเสนอประเด็นต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้ในเครือข่ายความสัมพันธ์ของตน เห็นได้ว่าเมื่อเครือข่ายความสัมพันธ์นี้แข็งแรงมากขึ้นจากการติดต่อสื่อสารในระยะยาว แม้สมาชิกรายใดรายหนึ่งที่อยู่ภายในกลุ่มแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ผิดพลาดเล็กน้อยแต่ความสัมพันธ์ของเครือข่ายความเชื่อถือนี้ก็จะไม่เสื่อมสลายไป Kurzban, Rigdon และ Wilson (2008, pp. 370-389) ระบุว่าความสัมพันธ์ของเครือข่ายนี้เป็นกระบวนการที่ค่อยเป็นค่อยไปมากกว่าเป็นการเกิดขึ้นเพียงชั่ววาบ หรืออาจกล่าวได้ว่าความเชื่อถือนี้จะคงอยู่ถาวรมากกว่าเมื่อมันถูกสร้างขึ้นอย่างเป็นขั้นเป็นตอนและอาจฝังรากลึกเป็นเสมือน “วัฒนธรรมองค์กร” ซึ่งถ่ายทอดให้กับผู้ใช้ใหม่ที่เข้าร่วมกลุ่ม อย่างไรก็ตาม หากความสัมพันธ์ไม่ได้ผ่านกระบวนการสร้างอย่างช้าๆ และเป็นขั้นเป็นตอน เมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด เครือข่ายของความเชื่อใจนี้ก็จะสูญสลายหรือเกิดผลกระทบต่อผู้แลกเปลี่ยนข่าวสารอย่างง่ายดายเช่นกัน

ปัจจุบัน สังคมมนุษย์กำลังเผชิญหน้ากับความเสี่ยงนานาชนิดที่มาในหลายรูปแบบและหลากเทคนิคทำให้ความน่าเชื่อถือของระบบกลายเป็นตัวแปรที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญและระมัดระวังมากยิ่งขึ้น หากการสื่อสารเกิดขึ้นบนแฟลตฟอร์มที่ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้อย่างอิสระมาก เช่น Blog หรือ Website ก็ยิ่งมีแนวโน้มที่ผู้คนจะไม่เชื่อถือข่าวสารนั้น ความสัมพันธ์ความน่าเชื่อถือของระบบกับความเชื่อใจสามารถแจกแจงเป็นแผนภาพต่อไปนี้

จากแผนภาพแสดงให้เห็นว่าหากผู้ใช้แลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างอิสระแล้ว มีความเป็นไปได้สูงที่จะไม่สามารถสร้างความเชื่อใจให้เกิดขึ้นระหว่างกันจนนำไปสู่ความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ แต่หากการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ซึ่งมีกฎเกณฑ์บังคับเรื่องความเป็นส่วนตัว การควบคุม และความปลอดภัย เนื้อหาสารจะมีความน่าเชื่อถือในระดับที่ผู้รับสารสามารถเชื่อถือและไว้วางใจได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์กล่องพลาสติกเองก็มีข้อด้อยที่ส่งผลให้เกิดปัญหาทางด้านความน่าเชื่อถือสองอย่างดังต่อไปนี้ (Karsenty, 2009)

หนึ่ง ระบบไม่สามารถคัดกรองข้อมูลที่น่าเชื่อถือและความมีเหตุมีผลได้อย่างสมบูรณ์แบบ ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Luyt และคณะ (2008) ซึ่งศึกษาการทำงานของวิกิพีเดียสารานุกรมออนไลน์แสดงให้เห็นว่าการไม่มีระบบคัดกรองความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลทำให้ผู้ใช้เกิดความระแวงในการนำข้อมูลไปใช้ และทำให้ข้อมูลไม่ได้รับการยอมรับบนโลกวิชาการ ปัญหานี้ยิ่งรุนแรงขึ้นเมื่อเนื้อหาสารเหล่านั้นถูกผลิตจากเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ เช่น เฟซบุ๊ค มีแนวโน้มที่จะมีข้อมูลที่ไม่เป็นทางการและเป็นอัตวิสัยมากกว่าข้อมูลอื่นๆ

Ref. code: 25615807300040CHL

สอง ความเป็นเจ้าของคอนเทนต์ น่าแปลกที่ลิขสิทธิ์ของเนื้อหาสารที่ปรากฏบนเครือข่ายออนไลน์และถูกสร้างสรรค์จากผู้ใช้ (user-generated content) นั้นไม่ได้ตกไปยังผู้ใช้แต่กลับเป็นของผู้สร้างแฟลตฟอร์ม อย่างไรก็ตาม ข้อเสียนี้มีทั้งด้านลบและด้านบวกในความเห็นของผู้วิจัย ด้านลบคือผู้ใช้งานเกิดความเคลือบแคลงใจในความเป็นไม่เป็นธรรมของบริษัทและส่งผลต่อความรู้สึกไม่ต้องการแลกเปลี่ยนข้อมูลผ่านเครือข่ายเหล่านี้ แต่ในด้านบวก คนธรรมดาที่ต้องการสื่อสารเนื้อหาที่ต่อต้านผู้มีอำนาจมากกว่า เช่น หน่วยงานราชการ รัฐบาล หรือกลุ่มทุน อาจใช้ช่องว่างนี้เพื่อหลบเลี่ยงความรับผิดชอบในการนำเสนอข้อมูลไปได้

2.1.4 ความรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy)

แม้ข่าวสารผ่านการพูดปากต่อปากนั้นจะถูกสร้างสรรค์ให้น่าเชื่อถือสักเพียงใด แต่ข้อเท็จจริงที่ว่ามันเป็น “ข่าวลือ” อันไม่ผ่านกระบวนการพิสูจน์ความจริงอย่างเป็นขั้นเป็นตอนนั้นก็ยังคงอยู่ ที่น่าสนใจคืออันที่จริงแล้ว Rosnow and Ralph (1976) ระบุว่าประชาชนไม่ได้เชื่อถือข่าวสารจากการพูดปากต่อปากอย่างสนิทใจ อย่างไร้เดียงสาเพื่อรับมาเป็นคำอธิบายแก่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น หากแต่ประชาชนเห็นว่าข่าวจริงจากทางราชการนั้นมี “ข้อควรสงสัย” มากมายหลายจุด ดังนั้นจึงส่งต่อข่าวลือที่ตนได้รับเพื่อเป็นการตั้งคำถามย้อนกลับไปยังผู้มีอำนาจที่พยายามให้คำอธิบายแก่ปรากฏการณ์หนึ่งๆ ในสังคม

ตัวอย่างเช่น การที่วัยรุ่นอเมริกันเกิดความสงสัยว่าการสังหารอดีตประธานาธิบดีจอห์น เอฟ เคนเนดี้ อาจมีเงื่อนงำและปล่อยข่าวลือที่ตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับรายงานของคณะกรรมการประธานาธิบดีว่าด้วยการลอบสังหารประธานาธิบดีเคนเนดี้ ถือเป็นการเปิดเผยให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือของรัฐบาลและคณะกรรมการขณะนั้นมีปัญหา หรือการปล่อยข่าวลือว่าสื่อมวลชนรวมหัวกับรัฐบาลในการปกปิดและบิดเบือนเหตุฆาตกรรม มาร์ติน ลูเธอร์ คิง เจอาร์ และ โรเบิร์ต เอฟ เคนเนดี้ อย่างไรก็ตาม เมื่อข่าวลือไม่มีการสานต่อ บุคคลที่มีชื่อเสียงที่ปรากฏอยู่ในข่าวลือจะค่อยๆ ถูกลืมเลือนออกไปจากสังคมเนื่องจากการขับเคลื่อนทางสังคมนั้นต้องการการบริหารที่เป็นระบบและมียุทธศาสตร์ (Goffman, 1963)

มาตรวัดว่าผู้ใช้คนใดคนหนึ่งมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อหรือไม่ Allport and Postman (1947) กล่าวว่าผู้ใช้เหล่านั้นต้องสามารถระบุได้ว่าข่าวสารที่ได้รับมีลักษณะการดัดแปลงสารดังต่อไปนี้หรือไม่

1. เกินจริง (exaggeration)

การกล่าวเกินจริงในที่นี้ไม่ใช่การขยายความเนื้อหาเดิมที่ปรากฏอยู่ในเนื้อข่าวให้ละเอียดขึ้น แต่เป็นการเพิ่มเติมเนื้อหาอื่นๆ ที่ไม่เคยมีในข่าวลือนั้นมาก่อนให้แปลกและพิสดารมากยิ่งขึ้น การกล่าวเกินจริงจึงมีลักษณะคล้ายกับการบิดเบือนข้อมูลแบบเน้นข้อมูล (sharpening) คือการที่ผู้ส่งต่อหรือผู้รับข่าวลือมองเห็นว่าข้อมูลบางส่วนมีความสำคัญมากกว่าส่วนอื่นแล้วจึงใช้

Ref. code: 25615807300040CHL

ความรู้สึกของตนเปลี่ยนแปลงข้อมูลส่วนนั้นให้กระตุ้นเร้าอารมณ์มากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น หากมีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเข้ามายังหมู่บ้านในประเทศจีนขณะที่เกิดสงครามโลกครั้งที่สองอยู่ ชาวบ้านจะเกิดความหวาดวิตกและสร้างข่าวลือว่ามีสายลับชาวญี่ปุ่นท่าทางน่ากลัวมาเดินป้วนเปี้ยนรอบหมู่บ้านเพื่อถ่ายภาพชัยภูมิส่งต่อให้ญี่ปุ่น แต่น่าสังเกตว่าข้อมูลที่เป็นตัวเลขหรือปริมาณชัดเจนมักจะไม่ถูกบิดเบือน เช่น หากมีชายญี่ปุ่นมาคนเดียว ข่าวลือก็ยังระบุว่าชายผู้นั้นมาคนเดียวอยู่เหมือนเดิม

อีกจุดที่น่าสนใจคือบางครั้งข้อมูลบางอย่างในข่าวลือก็ถูกเน้นย้ำ (shapening) จนกลายเป็นประเด็นหลักแทนข่าวลือเดิมไปแทน

2. การขยายความ (elaboration)

หลายคนเชื่อว่าข่าวลือมักมีการขยายความออกไปจากเนื้อความเดิม แต่ผู้วิจัยระบุว่านั้นเป็นความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน เนื่องจากข่าวลือส่วนใหญ่มักไม่ขยายความจากเนื้อความเดิมแต่เป็นการเพิ่มเติมเนื้อหาใหม่ที่ไม่เคยมีในเนื้อข่าวดั้งเดิมมาก่อน แม้แต่การสื่อสารแบบปากต่อปากก็ยังไม่ค่อยมีการขยายความเนื้อหาที่น่าสงสัยออกไปเพิ่มเติม ผู้วิจัยสันนิษฐานว่าเหตุผลส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะความน่าสงสัยเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้คนเกิดความอยากรู้อยากเห็นและแพร่ข่าวลือเหล่านั้นออกไปต่อเนื่อง นอกจากนั้นการขยายความยังหยุดยั้งจินตนาการของผู้ส่งและผู้เสพข่าวลือที่จะแต่งเสริมเรื่องราวออกไปในแนวทางที่ตนเองต้องการอีกด้วย

3. การบีบอัดข้อมูล (Condensation)

ความทรงจำของมนุษย์เป็นสิ่งไม่เสถียรและมักจดจำรายละเอียดบางอย่างคลาดเคลื่อนไปจากความเป็นจริง สิ่งที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่คือมนุษย์นำเอาประสบการณ์ที่ได้จากเหตุการณ์หนึ่งไปรวมกับประสบการณ์ที่ได้จากเหตุการณ์ใกล้เคียงก่อนหน้านี้ หลายครั้งเราจึงมักนำความทรงจำจากวัยเด็กมาผสมกับความทรงจำล่าสุดที่เราเพิ่งได้รับ ที่น่าสนใจคือส่วนใหญ่เราจะคิดว่าความทรงจำของเรานั้นเป็นสิ่งที่เชื่อถือได้และปราศจากการดัดแปลงข้อมูล (assimilation)

4. การทำให้เข้าใจง่าย (conventionalization)

ระหว่างที่ข่าวลือแพร่กระจายออกไป สารจะถูกดัดแปลงให้เข้าใจง่ายขึ้น คำศัพท์ที่เข้าใจยากหรือพิมพ์ผิดจะถูกดัดแปลงให้ถูกต้องและง่ายขึ้น ความเห็นส่วนบุคคลหลายอย่างที่ไม่เข้ากับความเห็นของคนส่วนใหญ่จะถูกตัดทิ้งไป เนื้อเรื่องทั้งหมดจะถูกดัดแปลงให้ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เหมาะสมแก่คนที่มีการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อเอื้อแก่การส่งต่อข่าวลืออย่างเป็นระบบ

ประสบการณ์ก่อนหน้าที่ปัจเจกนิยมนำมาผสมกับข่าวลือที่ได้รับคือการเหมารวม (stereotype) หมายถึงการนำประสบการณ์ก่อนหน้าที่เกี่ยวข้องกับเชื้อชาติ ศาสนา หรือคุณค่าของกลุ่มสังคมบางสังคมมาใช้เพื่อดัดแปลงเนื้อเรื่องให้กลายเป็นเรื่องสากลยิ่งขึ้น โดยปัจเจกจะพยายามดัดแปลงเนื้อเรื่องให้เข้ากับข่าวลือหรือเรื่องเล่าในสังคมที่ตนได้ยินมาก่อนหน้านี้ ขณะที่วัฒนธรรมของแต่ละสังคมก็เข้ามากำหนดว่าจะทำให้ข่าวลือควรมีเนื้อหาเรียบง่ายหรือมีเนื้อหาพิสดาร

Ref. code: 25615807300040CHL

2.1.5 อำนาจของข่าวลือ

Shibutani (1966) ระบุว่าข่าวลือเป็นรูปแบบหนึ่งของการแก้ปัญหาในระดับกลุ่ม ข่าวลือไม่ใช่สิ่งชั่วร้ายแต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางสังคมที่เปิดโอกาสให้มนุษย์สามารถต่อสู้กับชีวิตอันไม่แน่นอน

นอกจากนี้ การกระจายข่าวลือยังช่วยให้ปัจเจกชนหรือกลุ่มรู้ว่าตนต้องทำหน้าที่อะไรบ้างยามที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันขึ้น (Firth, 1956) และยังสะท้อนความต้องการส่วนลึกของมนุษย์ที่ต้องการหาความหมายให้แก่เหตุการณ์ทุกเหตุการณ์ที่ตนเองกำลังเผชิญหน้าแม้จะรู้ว่าความพยายามนั้นอาจล้มเหลวและไม่เกิดผลอะไร (Lang & Lang, 1961) ขณะที่ผู้วิจัยบางส่วนระบุว่าการแพร่กระจายข่าวลือถือเป็นตัวบ่งชี้ว่ามนุษย์มีธรรมชาติที่ต้องการสื่อสารความรู้สึกและอารมณ์ของตนเองออกมาตลอดเวลา (Devis, 1972)

Rosnow (1977) ชี้ให้เห็นว่าอำนาจทางการสื่อสารของการซุบซิบอาจมีลักษณะสำคัญสามประการได้แก่ หนึ่ง อำนาจในการให้ความรู้ (information) เป็นการซุบซิบเพียงเพื่อกระจายข่าวสารสนเทศไปยังหมู่คนที่รู้จักให้ทราบต่อๆ กันไป สอง การโน้มน้าวใจ (influence) เป็นการซุบซิบโดยมีเป้าหมายเพื่อมีอิทธิพลเหนือบุคคลหนึ่งบุคคลใด เพื่อประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง สาม ความบันเทิง (entertainment) เป็นการซุบซิบเพื่อความสนุกสนาน ขบขัน หรือสร้างความพอใจร่วมกันเท่านั้น

ขณะที่มิติด้านสังคม นักสังคมวิทยาและนักมานุษยวิทยาหลายท่านก็ให้ความสำคัญกับมิตินี้ไว้หลายประการดังต่อไปนี้

1. การผูกยึดทางสังคม (Social tie)

Hannerz (1967, pp. 35-60) ระบุว่าการซุบซิบเป็นเครื่องมือที่ช่วยรักษาการความเป็นกลุ่มและจำแนก “คนนอก” และ “คนใน” คนในออกจากกัน เนื่องจากมีเพียงคนในเท่านั้นที่สมาชิกจะซุบซิบข่าวลือด้วย ขณะที่ Abraham (1970, pp. 319-327) ให้ความเห็นว่าบุคคลจะซุบซิบในเรื่องที่เกี่ยวข้องร่วมกัน การพูดซุบซิบซ้ำๆ ไม่ใช่เพื่อเพิ่มเติมเนื้อหาแต่เป็นไปเพื่อรักษาความสัมพันธ์ทางเครือข่ายเอาไว้ และหากเราอยากรู้จักใครให้ดีขึ้น เราจะนำเรื่องซุบซิบไปคุยกับเขาหรือทำให้เขาตกเป็นเป้าหมายการซุบซิบของเราแทน การซุบซิบจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารเพื่อสร้างความเป็นกันเองและเรียนรู้สมาชิกในสังคม

การพูดปากต่อปากจึงเป็นเครื่องมือผูกยึดคนในสังคมเข้าด้วยกัน เนื่องจากมนุษย์จะซุบซิบถึงเหตุการณ์ที่สมาชิกมีความเกี่ยวข้องเพื่อสร้างสายสัมพันธ์และเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างทางลักษณะประชากร เช่น เพศชาย เพศหญิง กลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มสาวโสด ก็ส่งผลต่อเนื้อหาและบุคคลที่กลุ่มจะซุบซิบถึงด้วย

Ref. code: 25615807300040CHL

2. การควบคุมทางสังคม (Social Control) และการขัดเกลาทางสังคม (Socialisation)

การควบคุมทางสังคมและการขัดเกลาทางสังคมมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันมาก คือการพยายามจำกัดให้สมาชิกของสังคมเรียนรู้ ยอมรับ และปฏิบัติตนอยู่ในกรอบบรรทัดฐานของสังคม (social norm) ดังที่ Hannerz (1967, pp. 35-60) แสดงทัศนะว่าการซุบซิบจะกล่อมเกลาให้สมาชิกในกลุ่มยอมทำตาม (conformity) บรรทัดฐานของสังคม ขณะที่ Suls (1977, pp. 164-168) ระบุว่าการซุบซิบนั้นมิได้สร้างบรรทัดฐานของสังคม แต่เป็นเครื่องมือย้ำเตือนให้สมาชิกตระหนักว่าตนกำลังละเมิดบรรทัดฐานของสังคมอยู่หรือไม่ ถือเป็นการลงโทษทางสังคมรูปแบบหนึ่ง

ดังนี้แล้ว การซุบซิบจึงเผยให้เห็นอำนาจของบรรทัดฐานสังคมที่ควบคุมเหนือสมาชิกของกลุ่ม Suls (1977) ให้ความเห็นว่าการซุบซิบเกี่ยวกับการปฏิบัตินอกลู่นอกทางถือเป็นการกระตุ้นเตือนให้คนใส่ใจต่อบรรทัดฐานและค่านิยม (value) ของสังคม หากผู้ถูกซุบซิบกระทำสิ่งที่ตรงกับบรรทัดฐาน จะเกิดการซุบซิบทางบวกเสมือนการสรรเสริญ (positive sanction) การกระทำนั้น แต่หากผู้ถูกซุบซิบกระทำเรื่องที่ขัดแย้งกับบรรทัดฐานของสังคม การซุบซิบจะเป็นเชิงลบซึ่งเป็นเหมือนการตำหนิติเตียน (negative sanction) หรือหากร้ายแรงก็อาจถึงขั้นขับไล่สมาชิกผู้นั้นออกจากกลุ่มเสีย การซุบซิบอย่างไม่เป็นทางการนั้นนิยมนำเอาเรื่องคุณธรรมและบรรทัดฐานสังคมมาเป็นแกนซึ่งมักเห็นได้ชัดเจนเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในชุมชนเล็กๆ ที่ทุกคนสอดส่องกันและกันอย่างทั่วถึง

2.2 แนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (The Toronto School)

กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน (2551) อธิบายในหนังสือ “สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา” ว่าตามปกติแล้วเมื่อพูดถึงการสื่อสาร นักทฤษฎีนิเทศศาสตร์หรือวารสารศาสตร์จะอธิบายว่าการสื่อสารประกอบไปด้วยองค์ประกอบแบบธาตุสี่คือ ผู้ส่งสาร (sender) ตัวสาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) และผู้รับสาร (receiver) หรือเรียกเป็นสูตรย่อว่า S-M-C-R

จุดยืนของสำนักโตรอนโตนั้นอธิบายว่าในองค์ประกอบการสื่อสารนั้น ช่องทางการสื่อสาร (Channel) ถือเป็นตัวแปรที่สำคัญที่สุดเนื่องจากช่องทางการสื่อสารทำหน้าที่เป็นสื่อเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร รวมถึงยังทำหน้าที่เปลี่ยนแปลงตัวสาร (Message) ให้มีคุณลักษณะไปตามช่องทางการสื่อสารอีกด้วย

Ref. code: 25615807300040CHL

2.2.1 นิยามของเทคโนโลยี

สำนักโตรอนโตพิจารณาถึงรากศัพท์ของ คำว่า Technology ที่มาจากคำว่า ‘techne’ หมายถึง กระบวนการจัดการทางศิลปะอย่างเป็นระบบ และคำว่า ‘logy’ หมายความถึง ตรรกะหรือความรู้ จากรากศัพท์ทำให้นักวิชาการในสำนักโตรอนโตอย่าง มาร์แชล แมคลูฮัน (McLuhan, 1964) สรุปว่าเทคโนโลยีคือกระบวนการขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป (the extensions of man) หรืออีกนัยหนึ่งคือกระบวนการขยายศักยภาพด้านต่างๆ ของมนุษย์ ที่จำเป็นต้องอาศัยสร้างองค์ความรู้บางอย่างขึ้นมา เช่น การค้นพบล้อรถก็เป็นเทคโนโลยีเพื่อให้มนุษย์สามารถจัดการกับแรงและการย่นระยะเวลาในการเดินทางได้

แนวคิดพื้นฐานของนักวิชาการสำนักโตรอนโตคือเล็งเห็นพลังอำนาจของสื่อที่มีผลกระทบต่อสังคมหรือเชื่อว่า สื่อเป็นตัวแปรต้นของการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ของมนุษย์ซึ่งสามารถแบ่งออกได้กว้างๆ สามระดับอันได้แก่ หนึ่ง ระดับสังคม ระดับปัจเจกบุคคล และสาม ระดับสถาบันสังคม หากแต่ในงานวิจัยชิ้นนี้จะใช้การศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารในระดับปัจเจกบุคคลเพื่ออธิบายว่าเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการสื่อสารแบบปากต่อปากเพื่อขับเคลื่อนสังคมของปัจเจกบุคคลในสังคมไทยอย่างไร

อย่างไรก็ตาม แนวคิดพื้นฐานของสำนักโตรอนโตมีลักษณะกำหนดนิยม (determinism) ซึ่งมองว่าเทคโนโลยีกำหนดสังคมเพียงฝ่ายเดียว เพื่อทำให้การวิจัยมีความรอบด้านมากยิ่งขึ้นจึงต้องนำเอาแนวคิดของนักวิชาการอีกสายหนึ่งคือ สำนักวัฒนธรรมนิยม (culturalism) เพื่อแสดงว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหลายครั้งก็เป็นตัวแปรต้นในการกำหนดเทคโนโลยีการสื่อสารเช่นกัน ดังกรอบมโนทัศน์ต่อไปนี้

ภาพที่ 2.2 จุดยืนในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีการสื่อสารกับสังคม

2.2.2 วิวัฒนาการแนวคิดของสำนักโตรอนโต

ฮาโรลด์ อินนิส (Harold Adams Innis 1894-1952) เป็นอดีตศาสตราจารย์ด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองที่มหาวิทยาลัยโตรอนโต (University of Toronto) และผลิตผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์เศรษฐกิจของประเทศแคนาดาและเรื่องของสื่อและทฤษฎีการสื่อสาร

Ref. code: 25615807300040CHL

อย่างไรก็ตาม แนวคิดหลักของอินนิสเน้นที่การวิเคราะห์เทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อสังคมในระดับมหภาค (macroscopic) โดยเชื่อมโยงการศึกษาเรื่องมิติทางประวัติศาสตร์ เทคโนโลยี และวัฒนธรรมของแต่ละสังคมเข้าไว้ด้วยกัน การศึกษาแบบมหภาคทำให้แนวคิดของอินนิสอาจไม่สามารถนำมาปรับใช้กับงานวิจัยชิ้นนี้ซึ่งมีขอบเขตการศึกษาอยู่ที่ระดับจุลภาค (microscopic) ได้ดีเท่าที่ควร

ด้านมาร์แชล แมคลูฮัน (Marshall McLuhan 1911-1980) อดีตศาสตราจารย์ด้านวรรณคดีอังกฤษและนักทฤษฎีการสื่อสารชาวแคนาดา ผู้บัญญัติสำนวนหรือแนวคิดที่สำคัญและยังแพร่หลายอยู่แม้แต่ในปัจจุบัน อันได้แก่ “สื่อคือสาร” (the medium is the message) และ “หมู่บ้านโลก” (the global village) ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับอินนิสแล้ว แมคลูฮันวิเคราะห์อำนาจของสื่อในระดับจุลภาค (microscopic) หรือลงมาในระดับความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคล และมีท่าทีการมองโลกต่อเทคโนโลยีการสื่อสารที่ดีกว่าอินนิสคือมองว่าเทคโนโลยีการสื่อสารคือกระบวนการขยายศักยภาพของมนุษย์ออกไป (the extensions of man) อย่างไรก็ตาม แนวคิดของแมคลูฮันก็ยังมีข้อจำกัดบางอย่างที่ไม่ทำให้การนำมาปรับใช้กับงานวิจัยชิ้นนี้ยากลำบากยิ่งขึ้น หนึ่งในแนวคิดนั้นคือการวิเคราะห์ยุค/ประวัติศาสตร์ของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบแยกขาด

ด้วยแนวคิด “สื่อคือสาร” ทำให้แมคลูฮันแบ่งยุคของการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อประสบการณ์และการรับรู้ของผู้คนออกเป็น 4 ยุคตามลำดับ คือ หนึ่ง ยุคสังคมชนเผ่า/บรรพกาล (tribal age) ซึ่งเป็นยุคที่สังคมให้คุณค่ากับการพูดและฟังเป็นช่องทางการสื่อสารที่น่าเชื่อถือและสำคัญที่สุด สอง ยุคสังคมการเขียน (literacy age) เป็นยุคที่เชื่อว่าการเห็น การอ่านและการเขียนเป็นช่องทางการสื่อสารที่สำคัญที่สุด สาม ยุคสังคมการพิมพ์ (print age) คือยุคที่เกิดการผลิตสื่อแบบขนานใหญ่ (mass copies/ mass production) ซึ่งการพิมพ์เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ปลดปล่อยมนุษย์จากการครอบงำของยุคมืด รวมถึงยังทำให้ผู้คนมีประสบการณ์เรื่องเดียวกันร่วมกัน สุดท้าย สี่ ยุคสังคมอิเล็กทรอนิกส์ (electronic age) หรือยุคที่ประดิษฐกรรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ถูกคิดค้นและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการสื่อสารผ่านผัสสะระยะไกลซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของหมู่บ้านโลก

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของแมคลูฮันยังมีลักษณะการศึกษาแบบภาพตัดขวาง (cross-sectional) ที่วิเคราะห์ว่าเอกลักษณ์ของการสื่อสารแต่ละยุคมีคุณลักษณะอย่างไร หรือคือการมองหาความแตกต่างของแต่ละยุคการสื่อสาร ทว่ายังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์อันต่อเนื่องของการสื่อสารในแต่ละยุคเพิ่มเติม

2.2.3 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมมุขปาฐะและการเขียน (Orality and Literacy Culture)

วอลเตอร์ ออง (Walter J. Ong) ซึ่งเป็นลูกศิษย์และสืบทอดแนวคิดของมาร์แชล แมคลูฮันได้พัฒนาแนวคิดของเขาและเขียนรวบรวมประวัติศาสตร์การสื่อสารไว้ในหนังสือ Orality and Literacy: Technologizing of the word (1982) ใจความว่าการสื่อสารแบบมุขปาฐะเป็น

Ref. code: 25615807300040CHL

วิธีการที่สังคมก่อนการเขียนใช้สื่อสาร Ong เรียกสังคมมุขปาฐะนี้ว่า มุขปาฐะชั้นต้น (primary orality) เพื่อสื่อถึงการพูดในวัฒนธรรมที่ไม่เคยมีเทคโนโลยีการเขียนเข้ามาแทรกแซงในวิธีคิดมาก่อน

ทั้งนี้ จุดยืนและท่าทีขององที่มีต่อการศึกษาเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นสาเหตุให้ผู้วิจัยเลือกแนวคิดขององมาเป็นแกนกลางในการศึกษาเนื่องจากเขาสนใจวิเคราะห์ยุควัฒนธรรมการสื่อสารของมนุษย์ทั้งสองด้าน ด้านหนึ่งก็ศึกษาแบบภาพตัดขวาง (cross-sectional) เพื่อวิเคราะห์หาเอกลักษณ์การสื่อสารในแต่ละยุค แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ศึกษาแบบภาพตามยาว (longitudinal) ที่วิเคราะห์ว่าในแต่ละยุคพัฒนาการสื่อสาร ด้านหนึ่งก็มีด้านที่ต่อเนื่องแต่อีกด้านก็มีด้านที่เปลี่ยนแปลงจากยุคสู่ยุคเช่นกัน นอกจากนั้นอองยังเห็นว่าบนรอยต่อของยุคสู่ยุคนั้น การสื่อสารแบบบอกเล่า/การพูดไม่เคยสูญหายไป หากแต่เปลี่ยนรูปแบบการพูดไปตามลักษณะสื่อ งานวิจัยชิ้นนี้จึงรับเอาแนวคิดของอองเพื่อศึกษาแบบภาพตัดขวาง (cross-sectional) เพื่อวิเคราะห์หาเอกลักษณ์การพูดปากต่อปากของแต่ละยุคในปัจจุบัน ขณะเดียวกันก็มีการศึกษาแบบภาพตามยาว (longitudinal) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของการพูดปากต่อปากในแต่ละยุคเพิ่มเติม

หลังจากวัฒนธรรมมุขปาฐะ วัฒนธรรมการเขียนเริ่มเข้ามามีบทบาทเปลี่ยนแปลงวิธีคิดของผู้คนและลงหลักปักฐานอย่างแน่นหนาเมื่อ Johannes Gutenberg ประดิษฐ์แท่นพิมพ์ได้ในปี 1450 Ong ระบุว่าการประดิษฐ์การเขียนไม่เพียงเปลี่ยนวิธีการสื่อสารของมนุษย์แต่ยังเปลี่ยนวิธีคิดของมนุษย์อีกด้วย

Ong (1982) มีความเห็นว่าคำพูดซึ่งมีลักษณะสะท้อนจิตสำนึกและตัวตนของผู้พูดออกมานั้นถือกำเนิดขึ้นก่อนการเขียนมาช้านาน และไม่เคยห่างหายไปจากสังคมมนุษย์ แม้ในยุคที่มนุษย์เริ่มมีเทคโนโลยีการเขียน การเขียนก็ไม่เคยแทนที่มุขปาฐะได้อย่างแท้จริง ในทางกลับกัน การเขียนกลับช่วยเสริมกำลังให้มุขปาฐะจนจัดระเบียบตัวเองกลายเป็น “หลักการ” และเปลี่ยนการบอกเล่าให้กลายเป็น “การพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์” อย่างเป็นระบบได้

เพื่อให้ง่ายแก่การเข้าใจของมนุษย์ซึ่งเกิดมาในยุคที่ “วัฒนธรรมการเขียน” ครอบครองโลก Ong (1982) แจกแจงลักษณะและความแตกต่างสำคัญระหว่างวัฒนธรรมมุขปาฐะและวัฒนธรรมการเขียนออกเป็นหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แต่งเติมมากกว่าขยายความ (Addictive)

วัฒนธรรมมุขปาฐะไม่สนใจถึงข้อเท็จจริงและความกระจ่างชัดเท่ากับวัฒนธรรมการเขียน มุขปาฐะให้ความสำคัญกับความลื่นไหลและความต่อเนื่องของการเล่าความหมายของการคำพูดนั้นสามารถแปลและตีความออกมาได้ผ่านบริบทแวดล้อมโดยปราศจากไวยากรณ์ที่ชัดเจนเหมือนอย่างวัฒนธรรมการเขียนที่มีไวยากรณ์ชัดเจน

Ref. code: 25615807300040CHL

2. สร้างจินตนาการมากกว่าส่งเสริมการวิเคราะห์ (Aggregative)

มุขปาฐะนั้นมุ่งเน้นให้เกิดภาพในหัวของผู้ฟังเพื่อให้สมองสามารถจดจำคำพูดเหล่านั้นได้ยาวนานที่สุด คำต่างๆ ซึ่งเป็นวัตถุดิบของมุขปาฐะนั้นจึงไม่ใช่สัญลักษณ์ที่ใช้แทนสิ่งนามธรรมที่อยู่เบื้องหลัง แต่กลับเป็นคำที่เป็นตัวแทนของสิ่งรูปธรรมบางอย่าง เช่น เมื่อเราพูดชื่ออดัม เราไม่ได้คิดถึงความหมายของคำว่า “อดัม” แต่เราจะคิดถึงคนที่ชื่อ “อดัม” ซึ่งเรารู้จักเขาผ่านประสบการณ์ของเรา

3. มากมายท่วมท้น (Redundant)

ความคิดที่เป็นระบบนั้นเป็นเทคโนโลยีที่เกิดมาพร้อมกับความคิดแบบเป็นเหตุเป็นผลซึ่งต่อมาก่อรูปเป็นวัฒนธรรมการเขียนเพราะเป็นการหลอมรวมความคิดเข้ากับสิ่งที่เป็นนามธรรมที่อยู่นอกสมอง การเขียนจึงเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีโครงสร้างชัดเจน และสร้างความก้าวหน้าผ่านระบบความคิดแบบเหตุผล

ในทางกลับกัน วัฒนธรรมมุขปาฐะกลับเป็นการถ่ายทอดสิ่งที่อยู่ภายในสมองของมนุษย์ออกไปโดยไม่สามารถจัดระบบสิ่งที่พูดได้อย่างชัดเจน ดังนั้นความคิดจึงต้องทำงานอย่างช้าๆ เพราะไม่มีหลักการ ความเชื่อมโยงมานำทาง รวมถึงธรรมชาติของคำพูดเมื่อพูดมาแล้วก็จะผ่านเลยไป คู่สนทนาจึงต้องใส่ใจสิ่งต่อบทสนทนาและมียุทธศาสตร์ในการยืนยันสิ่งที่ได้ยิน เช่น มุขปาฐะซ้ำ

4. เป็นอนุรักษ์นิยม (Conservative)

เมื่อวัฒนธรรมมุขปาฐะสามารถสร้างคอนเซปต์หรือแนวคิดอย่างหนึ่งอย่างใดขึ้นมาได้สำเร็จ องค์ความรู้นั้นจะถูกพูดซ้ำแล้วซ้ำเล่าอยู่ในสังคมเพื่อไม่ให้มัน “ถูกลืม” หายไป เพราะความรู้เป็นสิ่งที่ได้มายากในสังคมที่ยังคงอยู่กับวัฒนธรรมมุขปาฐะ ฉะนั้น ผู้เฒ่าผู้แก่ซึ่งเป็นแหล่งรวมความรู้ผ่านการเล่าต่อกันมาจึงเป็นที่เคารพนับถือในฐานะผู้ถ่ายทอดความรู้

5. ใกล้เคียงกับความเป็นจริง (Close reference to the human life world)

เมื่อวัฒนธรรมมุขปาฐะไม่ได้มีโครงสร้างชัดเจนตายตัวและไม่สามารถค้นหาสิ่งคำพูดได้ผ่านการคิดวิเคราะห์ วัฒนธรรมมุขปาฐะจึงต้องรวบรวมความรู้และทฤษฎีในแบบที่ใกล้เคียงกับโลกแห่งความเป็นจริงมากที่สุด

6. เป็นสนามรบทางความคิด (Agonistically Toned)

วัฒนธรรมมุขปาฐะมีแนวโน้มทำให้เกิดการถกเถียงมากกว่าวัฒนธรรมการเขียนเนื่องจากวัฒนธรรมการเขียนพูดเกี่ยวกับสิ่งนามธรรมซึ่งเป็นอุปสรรคทำให้มนุษย์ไม่สามารถเข้าใจหรือเข้าถึงเรื่องเหล่านั้นได้ กล่าวคือมันแบ่งแยกพรมแดนระหว่างคนที่ “รู้” ออกจากคนที่ “ไม่รู้” อย่างชัดเจน (หรือคือการอ่านรู้เรื่องหรือไม่รู้เรื่อง) ขณะที่วัฒนธรรมมุขปาฐะนั้นอาศัยบริบทรอบข้างเพื่อช่วยให้ผู้ฟังเข้าใจสิ่งที่กำลังสื่อสาร นำไปสู่การถกเถียง ความเห็นด้วยและไม่เห็นด้วยของคู่สนทนาได้ง่ายกว่าวัฒนธรรมการเขียน

Ref. code: 25615807300040CHL

7. มีส่วนร่วมและเข้าถึงมาก (empathetic)

การเรียนรู้หรือการได้มาซึ่งความรู้ของวัฒนธรรมมุขปาฐะนั้นทำผ่านการเข้าไปใกล้ชิด ความเห็นอกเห็นใจ การมีอัตลักษณ์ร่วมกับผู้สื่อสาร จากนั้นจึงทำให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจในสิ่งตรงกัน

8. ความหมายกลาง (Homeostatic)

ความหมายในสังคมมุขปาฐะมีบริบทขึ้นกับปัจจุบันและจะกำจัดความหมายที่ไม่เกี่ยวข้องกับปัจจุบันออกไป ความหมายของคำพูดในสังคมมุขปาฐะนั้นจึงมีเพียงไม่กี่อย่างซึ่งเป็นความหมายที่สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบัน ไม่เหมือนกับวัฒนธรรมการเขียนซึ่งมีพจนานุกรมคอยรวบรวมความหมายของคำในช่วงเวลาต่างๆ ในอดีต ทั้งที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับบริบทสังคมปัจจุบัน นอกจากนี้ความหมายของคำในวัฒนธรรมพูดนั้นยังสามารถแปรผันได้ตามโทนเสียง ท่าทาง หรือสีหน้าได้อีกด้วย

9. ขึ้นกับสถานการณ์มากกว่าความเป็นนามธรรม (Situational)

วัฒนธรรมมุขปาฐะมักสร้างกรอบความคิดผ่านสถานการณ์ที่เห็นอยู่ตรงหน้าเป็นกรอบซึ่งนำไปสู่การปฏิบัติได้จริงโดยลดทอนความเป็นนามธรรมให้เหลือน้อยที่สุดเพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกว่ามันเกี่ยวข้องกับโลกที่อาศัยอยู่มากที่สุด

ผู้วิจัยใช้จุดยืนของ Walter J. Ong เพื่อมองว่าการพูดปากต่อปากเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารแห่งยุคมุขปาฐะที่ถูกคนธรรมดานำมาปรับประยุกต์เพื่อใช้เครื่องมือในการต่อต้านอำนาจของฝ่ายโครงสร้างในโลกยุคดิจิทัลปัจจุบัน

2.2.4 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมมุขปาฐะดิจิทัล (Digital Orality Culture)

Barrow (2008) เสนอว่าความคิดเรื่องวัฒนธรรมมุขปาฐะดิจิทัลปรากฏเป็นเชื้อไฟอยู่ในหนังสือ Orality and Literacy: The Technologizing of the Word เมื่อปี 1982 โดย Ong ระบุว่าในยุคสมัยของมุขปาฐะทุติยภูมิ (Secondary Orality) ซึ่งเป็นยุคที่เทคโนโลยีสื่อสารมวลชนถือกำเนิดขึ้น มนุษยชาติยังคงหลงเหลือร่องรอยของวัฒนธรรมมุขปาฐะซึ่งได้รับมรดกมาจากวัฒนธรรมการพิมพ์อย่างเข้มข้น กล่าวคือการพูดหวนกลับมาเป็นเทคโนโลยีการสื่อสารหลัก หากแต่มนุษย์ได้รับอิทธิพลทางความคิดจากวัฒนธรรมการเขียนไปเรียบร้อยแล้ว

Ong เขียนบรรยายลักษณะของวัฒนธรรมมุขปาฐะดิจิทัลในบทความ Rhetoric, Romance, and Technology: Studies in the Interaction of Expression and Culture (1971) ไว้ว่าในขณะที่การพูดต้องการพื้นที่และเวลาเพื่อให้คู่สนทนาได้สื่อสารกัน การสื่อสารในยุคดิจิทัลข้ามข้อจำกัดเรื่องเวลาและพื้นที่แต่จะยังใช้วิธีการ “พูดและเขียน” เหมือนอย่างในยุคมุขปาฐะ ยุคการเขียน และยุคมุขปาฐะทุติยภูมิ อย่างไรก็ตาม “พฤติกรรมแห่งความคิดและการแสดงออก” (habits of thought and expression) ของการใช้สื่อต่างๆ จะผสมผสานกันจนแยกไม่ออก หมายความว่าเมื่อมนุษย์ทำการ

"พูด เขียน พิมพ์ หรือโพสต์" เราอาจไม่แน่ใจว่าสารที่ส่งผ่านไปในแต่ละช่องทางนั้นควรจะปรับเปลี่ยนให้เข้ากับเทคโนโลยีนั้นๆ อย่างไร ตัวอย่างเช่น ภาษาพูด (เทคโนโลยียุคมุขปาฐะ) ปรากฏเป็นตัวอักษร (เทคโนโลยียุคการเขียน) ผ่านการโพสต์บนสื่อสังคมออนไลน์ (เทคโนโลยียุคมุขปาฐะดิจิทัล) โดยเผยแพร่ซ้ำๆ ไปยังสาธารณชน (เทคโนโลยียุคมุขปาฐะลำดับสอง)

ด้าน McLuhan (1964) เสนอว่า วัฒนธรรมอิเล็กทรอนิกส์สร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้เกิดขึ้นคือ หมู่บ้านโลก (Global Village) อันหมายความว่าโลกทั้งใบเชื่อมโยงถึงกันแล้ว ทำให้พื้นที่ทางกายภาพหายไปซึ่งสอดคล้องกับ Browson (2010) ที่ให้ความเห็นว่าโลกอินเตอร์เน็ตทำให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนอย่างกว้างขวาง เกิดการติดต่อสื่อสารในทันที และบางครั้งเกิดการต่อสู้ทางความคิดอย่างรวดเร็ว ซึ่งทั้งหมดเป็นลักษณะของสังคมวัฒนธรรมมุขปาฐะในอดีต

2.2.5 แนวคิดพื้นที่กลางบนโลกดิจิทัล (Middle Region)

นักคิดที่ปักธงบุกเบิกภูมิทัศน์การสื่อสารบนโลกดิจิทัลอย่างจริงจังคือ Joshua Meyrowitz ศาสตราจารย์ด้านการสื่อสารซึ่งแสดงทัศนะของตนผ่านหนังสือ No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior (1985) ว่าสื่อคลื่นลูกใหม่นั้นช่วย "เปิดเผยความลับ" (secret exposing) ของสังคมอันช่วยปลดปล่อยการรับรู้ของมนุษย์ออกจากกรอบและกฎเกณฑ์สังคม เช่น จารีต ประเพณี หรือวิถีปฏิบัติเก่าก่อน

Meyrowitz นิยามสื่อคลื่นลูกใหม่ว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างสถานการณ์ทางสังคม (social situations) ใหม่ซึ่งไม่ยึดโยงกับสถานที่ทางกายภาพของมนุษย์ (physical place) และไม่ยึดโยงกับบริบทรอบตัว ส่งผลให้มนุษย์ยุคดิจิทัลเริ่มก่อสร้างสร้างพฤติกรรมทางสังคม (social behaviour) ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน พื้นที่ที่เกิดขึ้นระหว่างสถานการณ์ทางสังคมและพื้นที่ทางกายภาพนั้นกลายเป็นพื้นที่ที่เส้นแบ่งระหว่างความเป็นสาธารณะ (public) และความเป็นส่วนตัว (private) พร่าเลือนลง Meyrowitz เรียกพื้นที่นี้ว่า "ฉากกลาง" (middle stage หรือ side stage) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ปัจเจกสามารถต่อรองกับอำนาจของสังคมและเลือกเปิดเผยหรือไม่เปิดข้อมูลตามความคาดหวังของสังคมได้

ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้รูปแบบการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารของมนุษย์ (flow of information system) เปลี่ยนแปลงไปและส่งผลต่อการรับรู้เรื่องความเป็นกลุ่มก้อนเดียวกัน (groupness) ของมนุษย์ใน 3 มิติดังต่อไปนี้

หนึ่ง อัตลักษณ์กลุ่ม (group identity)

ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารยังจำกัด อัตลักษณ์ของกลุ่มและบุคคลถูกกำหนดด้วยสถานที่ทางกายภาพ (physical place) และแบ่งแยกคนออกจากกันด้วยความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่แห่งการสื่อสาร แต่เทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาทลายข้อจำกัดนี้และทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงพื้นที่ของ "คนใน" ได้ทั้งนั้น ความรู้สึกร่วมเป็นกลุ่มก้อนเดียวกับกลุ่มจึง

Ref. code: 25615807300040CHL

เปลี่ยนไป จากเดิมที่ต้องอยู่ร่วมสถานที่ทางกายภาพเดียวกันเปลี่ยนเป็นความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารของกลุ่ม

สอง การขัดเกลาทางสังคม (socialisation)

พื้นที่ทางกายภาพถูกสื่ออิเล็กทรอนิกส์พลิกโฉมหน้าให้กลายเป็นเพียงโลกเสมือน (virtual place) ซึ่งเปิดโอกาสให้สมาชิกสามารถ “เข้า” และ “ออก” จากกลุ่มได้อย่างสะดวกสบาย ตราบเท่าที่พวกเขาสามารถบริหารการรับและส่งข้อมูลจากกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิกได้อย่างครบถ้วนและทั่วถึง สาเหตุที่คนๆ หนึ่งสามารถเข้าร่วมกลุ่มได้พร้อมๆ กันมากมายเป็นเพราะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ปลดล็อคให้คนๆ หนึ่งสามารถสร้าง “ปฏิสัมพันธ์คู่ขนาน” (parallel process interaction) ร่วมกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดกระจัดกระจายไปทั่วทุกแห่ง เช่น ระหว่างการประชุมของทีมผ่านการถ่ายทอดสดทางวิดีโอ สมาชิกอาจกดปิดเสียงการประชุมและหันไปโทรศัพท์ เช็คอีเมล์ หรือพูดคุยกับการบุคคลอื่นที่อยู่ในห้อง การปฏิสัมพันธ์ในลักษณะนี้ยังเกิดขึ้นแบบไม่ต่อเนื่อง เข้าๆ ออกๆ เช่น เมื่อเช็คอีเมล์เสร็จแล้ว บุคคลอาจหันกลับมาประชุมต่อแต่ระหว่างนั้นก็ยังเปิดแอพพลิเคชั่นพูดคุยกับเพื่อนเป็นระยะไปด้วย

สาม ตำแหน่งทางสังคม (rank)

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ลดทอนความสามารถในการกีดกัน “คนนอก” ออกจากแวดวงสังคมของชนชั้นนำ เทคโนโลยีต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสดผ่านสตรีมวิดีโอบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ รายงานความเคลื่อนไหวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ล้วนแล้วแต่ทำให้คนนอกแวดวงสามารถเข้ามามีส่วนรับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม อุปสรรคที่ทำให้ “คนนอก” ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้กลับเป็นความสามารถในการใช้สื่อใหม่อย่างแตกฉาน (media literacy) เช่น ความสามารถในการค้นหาคีย์เวิร์ดผ่านเว็บไซต์ ความสามารถในการป้อนข้อมูลผ่านคีย์บอร์ด ซึ่งอุปสรรคนี้กลายเป็นอุปสรรคทั่วไปที่คนทุกชนชั้นต้องเผชิญหน้าอย่างเท่าเทียมไม่เว้นแม้แต่กลุ่มชนชั้นนำ

2.3 แนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน

> แด่วีรชนสามัญ. . .ผู้เป็นประจักษ์พยานแห่งยุคสมัยของตัวเลขที่มาพร้อมกับประชาธิปไตย เมืองใหญ่ การบริหารจัดการ และโลกไซเบอร์ คือมวลชนผู้ยืดหยุ่นและมีจำนวนอนันต์ ถักทอกันอย่างแนบสนิท ไม่มีรอยฉีกขาดหรือปะชุน เหล่าวีรชนจำนวนมหาศาลผู้ไร้นามไร้หน้าเหมือนดั่งสายน้ำที่ชะล้างท้องถนน ภาษาสากลของการคำนวณและตรรกะที่ไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ (Michel de Certeau, 1987)

ในหน้าแรกของหนังสือ The Practice of Everyday Life (1987) Michel de Certeau เขียน ยกย่อง “คนธรรมดา” (the ordinary man) ว่าเป็นตัวเอกผู้จารึกประวัติศาสตร์และต่อสู้ทำให้

Ref. code: 25615807300040CHL

ปัจจุบันกลายเป็นปัจจุบันอย่างที่เรารู้จักทุกวันนี้ หากแต่เมื่อนักวิชาการหรือนักวิเคราะห์ทำการศึกษาสังคม พวกเขามักหลงลืมเหล่า "คนธรรมดา" ซึ่งมีส่วนช่วยในการกำหนดสังคมอย่างยิ่งยวด กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน (2551) ระบุว่า Michel de Certeau เป็นนักวิชาการฝรั่งเศสผู้ปฏิเสธแนวคิดของ Theodor W. Adorno และกลุ่มสำนักแฟรงค์เฟิร์ตที่ว่าวัฒนธรรมมวลชนจะเข้ามากำกับจิตสำนึกและความคิดของผู้ตกเป็นเหยื่อของระบบ โดยมองต่างออกไปว่าชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นไม่ใช่เรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นเป็นประจำทุกวัน แต่เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนเพราะชีวิตประจำวันไม่เคยปลอดการต่อรอง การแข่งขัน และการควบคุมของอำนาจ การที่จะเข้าใจกลไกอำนาจและการต่อรองในภาวะสมัยใหม่นั้นจึงจำเป็นต้องตั้งคำถามกับชีวิตประจำวันด้วย

งานของ Michel de Certeau (1925-1986) เป็นหมุดหมายสำคัญที่จุดกระแสให้โลกวิชาการหันกลับมาสนใจศึกษา "ชีวิตประจำวัน" ในช่วงปี 1990 โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาประสบการณ์จริง ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะบริบท และความรู้ที่มาจากสัญชาตญาณมากกว่าการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมในแง่ตัวบท สัญญะ และภาพตัวแทน โดย Michel de Certeau ชี้ให้เห็นผ่านงาน The Practice of Everyday life (1980) ว่าชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นไม่ใช่เรื่องธรรมดาและไม่เคยปลอดจากการชิงดีกันทางอำนาจ

2.3.1 รากฐานความคิดเรื่องชีวิตประจำวัน

แล้วเหตุใดเราจึงละเลยสนามรบ ที่เรียกว่า "ชีวิตประจำวัน" ไปเสียเล่า? Bovone (1989) ให้คำอธิบายตามแนวทางของนักคิดกลุ่ม Neo Marxist ที่มองว่า "ชีวิตประจำวัน" นั้นเป็นผลผลิตของภาวะทุนนิยมสมัยใหม่ที่ครอบงำลึกลงไปถึงความรู้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมนุษย์โดยทั่วไปมักเข้าใจว่าความรู้และประสบการณ์ในชีวิตประจำวันนั้นเป็นความรู้ที่ไม่ผ่านการตรึกตรอง (unreflexive knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดมาจากความเคยชินเป็นนิสัย และมาจาก "สามัญสำนึก" มากกว่าความรู้ที่เป็นศาสตร์ที่ต้องเรียนรู้ผ่านระบบเหตุผล เราจึงคิดว่าความรู้เหล่านั้นเป็นสิ่งจริงแท้และเป็นประสบการณ์ที่ตายตัว เคยดำเนินมาอย่างไรก็จะดำเนินต่อไปเช่นนั้นไม่มีทางเปลี่ยนแปลง หากแต่แท้จริงแล้ว ชีวิตประจำวันถูกสังคมบริโภคนิยมครอบงำให้ปัจเจกชนเข้าใจว่าชีวิตของตนนั้นเป็นของไม่แท้ (inauthenticity) ไม่มีแก่นสารสาระอะไร และเกิดความกลัวความแปลกแยก (alienation) ออกจากคนส่วนใหญ่ และเข้าใจว่าปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเรื่องดาษดื่น (banality) ใครๆ ก็เป็นกัน

ดังที่กล่าวมา Henri Lefebvre (1987) ระบุเช่นกันว่าชีวิตของมนุษย์ไม่สามารถสมบูรณ์ไปได้หากชีวิตประจำวันยังถูกจิตสำนึกที่ผิดพลาดครอบงำอยู่ เขาเน้นว่าชีวิตประจำวันไม่ใช่ประสบการณ์ที่แน่นอนตายตัว หากแต่พลิกผันและเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อมนุษย์รู้ตัวและตื่นขึ้นให้ความสำคัญกับชีวิตประจำวันของตัว เราจึงสามารถใช้พลังนั้นเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการปฏิวัติ

Ref. code: 25615807300040CHL

เปลี่ยนแปลง นำสังคมไปสู่สังคมอุดมคติ (utopia) ได้ Lefebvre มองสังคมเหมือนภาพยนตร์ชุด The Matrix ที่เสนอว่ามนุษย์นั้นถูกครอบงำด้วยกลไกบางอย่างที่แทรกซึมแทนความจริงจนไม่รู้ตัว การเปลี่ยนแปลงต้องเกิดขึ้นจากภายในแต่ต้องมีเงื่อนไขจากปัจจัยภายนอกคือมีผู้กระตุกช่วยให้คิดถึงชีวิตประจำวันอย่างจริงจัง

ขณะที่ Heller (1970) แสดงทัศนะเพิ่มเติมว่าเราต้องเข้าใจว่าชีวิตประจำวันเป็นประสบการณ์ร่วมของมนุษย์ในสังคมสมัยใหม่ได้อย่างไร เพราะการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นวิธีการเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสังคมรอบตัว เพราะอารมณ์ ความรู้สึกและความสัมพันธ์ของคนเดินดินทั่วไปนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะนำพา “คนธรรมดา” มุ่งเปลี่ยนแปลงสังคมได้ ทั้งนี้การต่อสู้ในชีวิตประจำวันดังว่าอาจไม่ได้มีจุดมุ่งหมายเพื่อหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับภาพใหญ่ตั้งแต่ต้น เช่นการผลักดันร่างกฎหมาย การปลดผู้นำ แต่ “คนธรรมดา” ต่อสู้เพียงเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของตนหรือกลุ่มให้พ้นจากการคุกคามของผู้มีอำนาจมากกว่า แต่ผลพลอยได้คือการเพาะหน่ออ่อนและเรียนรู้การ “ปฏิเสธ” เพื่อเป็นบ่อเกิดแห่งความเปลี่ยนแปลงทางสังคม

2.3.2 แนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของ Michel de Certeau

Michel de Certeau เขียนไว้ในหนังสือ The Practice of Everyday Life (1987) ระบุว่าวัฒนธรรมมวลชนจะเข้ามากำกับจิตสำนึกและความคิดของผู้ตกเป็นเหยื่อของระบบ โดยเขากล่าวว่าในมิติของการผลิตขั้นแรก เราอาจถูกกำหนดโดยโครงสร้างได้ค่อนข้างมาก แต่ในมิติของการบริโภคในชีวิตประจำวันแล้วผู้คนสามารถต่อรอง ต่อสู้ หรือปฏิเสธอำนาจของโครงสร้างได้ในระดับหนึ่ง ดังนั้นเราอาจมองว่าการบริโภคเองก็เป็นการผลิตในขั้นที่สองแทน อันหมายความว่าการบริโภคเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้คนได้ผลิตหรือประกอบสร้างความหมายใหม่ๆ ขึ้นมา ตัวอย่างเช่นการตัดผมในร้านตัดผมของปัจเจกนั้นถูกกำหนดจากสังคม จากกลุ่มทุนนิยม มีทรงผมบางทรงเท่านั้นที่ได้รับ “อนุญาต” ให้ปรากฏบนศีรษะของเรา เช่น ทรงผมนักเรียน ทรงผมคนทำงาน ทรงผมดัดลอน หากแต่ปัจเจกนั้นก็มีอำนาจในการต่อรองต่ออำนาจของสังคมได้ เช่น นักเรียนตัดผมรองทรงสูงโดยรองหวีเยอะๆ หรือตัดผมทรงสกินเฮดแทน คนทำงานตัดผมทรงสุภาพแต่ย้อมสีผมอย่างแนบเนียน มากกว่านั้น กิจกรรมในร้านตัดผมซึ่งดูเหมือนจะเป็นส่วนหนึ่งของการผลิตบริการของช่างตัดผมธรรมดา กลับเป็นสมรภูมิที่รวมตัวของเหล่าคนธรรมดาที่มาวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบตัวของตนเอง เช่น การต่อสู้กับรัฐบาลที่จะเวนคืนที่ดิน การต่อสู้กับเพื่อนบ้านที่นำสุนัขมาปัสสาวะหน้าบ้าน การต่อสู้กับพ่อแม่สามีเรื่องการดูแลลูกหลาน ดังที่กล่าวมาเราจะเห็นได้ว่าการบริโภคของ “คนธรรมดา” เป็นรูปแบบหนึ่งของการเมืองระดับจุลภาค (micro-politics) ที่ทำให้ชีวิตเรามีความหมายสมบูรณ์มากขึ้น และเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ที่อ่อนแอสามารถมีชัยชนะเหนือผู้มีอำนาจมากกว่า (victory of the weak over the strong)

Ref. code: 25615807300040CHL

นอกจากนั้น Michel de Certeau (1987) ยังเปรียบเทียบชีวิตประจำวันกับสงครามหรือการละเล่น ผ่านการใช้ศัพท์สองตัวคือคำว่ายุทธศาสตร์ (strategy) และอุบาย (tactic) โดยอธิบายว่ายุทธศาสตร์หมายถึงการกระทำของอำนาจที่มีฐานมั่นชัดเจน เป็นการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือวงโคจร หากเปรียบเทียบกับกรณีการตัดผมเราอาจยกตัวอย่างได้ว่า สังคมมีการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบเพื่อกำหนดให้ปัจเจกเข้าใจว่าตนต้องตัดผมแบบไหน ทั้งการขัดเกลาจากครอบครัว การเลี้ยงดูบ่มเพาะ การขัดเกลาจากโรงเรียน การสั่งสอนของครูบาอาจารย์ และสถาบันต่างๆ หากแต่ “อุบาย” (tactic) ซึ่งหมายถึงการกระทำที่ไม่มีตำแหน่งแห่งที่ของตนเอง แต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของอำนาจ อาศัยจังหวะและโอกาส ในการฉกฉวยประโยชน์และต่อรองกับอำนาจ เป็นเครื่องมือของผู้ตัดผมที่ใช้ต่อสู้กับอำนาจของระบบ เช่น การตัดผมสกินเฮดแทนทรงผมรองทรงซึ่งไม่ผิดกฎของโรงเรียนแต่นำแฟชั่นและเป็นที่นิยมในหมู่นักเรียนมากกว่า

อุบายมีการทำงานในลักษณะเบียดแทรก (insinuate) เข้าไปในพื้นที่ของอำนาจเพื่อให้มนุษย์สามารถเอาตัวรอด (make do/get by) หรือลักลอบ (poaching) ในสถานการณ์คับขัน แต่อุบายนั้นก็เป็นสิ่งยืดหยุ่นไม่ตายตัว เปรียบกับสงคราม ยุทธศาสตร์จะเป็นการรบที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ในขณะที่อำบายนั้นคือการรบไปตามเพลง ไม่อาจกำหนดยุทธศาสตร์ให้แน่นอนตายตัวลงไปได้ ขึ้นอยู่กับจังหวะและโอกาสที่จะเข้ามา

ด้วยการปฏิเสธการมองชีวิตประจำวันในกรอบของประวัติศาสตร์นิพนธ์ (historiography) เพื่อศึกษากลไกของอำนาจอย่างที่ Michel Foucault ทำใน Discipline and Punish (1975/1979) หรือในกรอบการวิเคราะห์ของศาสตร์ทางสังคมเพื่อมองหาต้นตอของวิธีปฏิบัติ (genesis of practice) ในงานของ Pierre Bourdieu เรื่อง Outline of a Theory of Practice (1972/1977) Michel de Certeau พัฒนาเครื่องมือในการสังเกตความเป็นไปของชีวิตประจำวันอันละเอียดอ่อนและลื่นไหล หลากหลาย ไม่ปะติดปะต่อและไม่เคยมีรูปแบบเดียวขึ้นมาจากการผสมผสานวิธีการอันหลากหลาย เขาเรียกวิธีการนี้ว่า “polemological approach”

สิ่งที่ Michel de Certeau ให้ความสนใจคือความสำคัญของการเล่าเรื่อง (narrativity) เพื่อนำเสนอ “การปฏิบัติการของชีวิตประจำวัน” เพราะเขาเห็นว่าการเล่าเรื่อง นิทานและตำนาน เป็นที่รวมของสิ่งที่ถูกกีดกันออกจากการวิเคราะห์ทางวิชาการและอยู่คู่สังคมมนุษย์มาทุกยุคทุกสมัย การเล่าเรื่องแตกต่างจากการบรรยายตรงที่ต้องการสร้างพื้นที่สมมติ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของวาทกรรมเกี่ยวกับ “ความจริง” เพื่อโน้มนำให้เกิดการเข้าใจ “ความจริง” เฉพาะกาล การเล่าเรื่องจึงเป็นรูปแบบหนึ่งของอุบายที่ผู้เล่าไม่ได้กุมอำนาจในการเล่าเรื่อง และยังเปิดโอกาสให้เสียงอื่นๆ เล่าเรื่องด้วย นอกจากนี้ Michel de Certeau ยังให้ความสำคัญกับจิตไร้สำนึกที่พยายามหาช่องสอดแทรกตัวออกมาเหนือจิตสำนึกอยู่ตลอดเวลาตามอิทธิพลของวิธีคิดแบบจิตวิเคราะห์ (psychoanalysis) อันเหมือนความสัมพันธ์ของความคิดที่เป็นศาสตร์ที่จะถูกสอดแทรกด้วย “อุบาย”

Ref. code: 25615807300040CHL

ในชีวิตประจำวันอยู่เสมอ หลายครั้ง “อุบาย” นี้แฝงอยู่ในรูปของ ความฝัน หรือคำที่เผลอหลุดปากออกมา

อัญชลิตา สุวรรณะชฎ (2554) ทบทวนแนวคิดของ Michel de Certeauและแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าชีวิตประจำวันของเหล่าคนธรรมดานั้นเป็นเรื่องไม่ธรรมดาเพราะเป็นรูปแบบหนึ่งของขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (new social movement) เนื่องจากการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเรื่องของการแย่งชิงและต่อรองความสัมพันธ์ของอำนาจ (power relation) ระหว่าง “ผู้กำหนด” กับ “ผู้ใช้” (users) ซึ่งไม่ใช่ความสัมพันธ์ทางเดียวแต่เป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุดในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการศึกษาเรื่องของเหล่า “คนธรรมดา” นั้น ชญาน์ทัต ศุภชลาลัย (2556) เขียนไว้ในหนังสือ ความใกล้ชิดของความหมายแห่งชีวิตประจำวัน: สังคมวิทยาชีวิตประจำวัน ว่าเราควรพิจารณาประเด็นที่น่าสนใจคือ แบบแผนปฏิบัติซึ่งอยู่ร่วมกับเราในทุกวัน นั้นคือ ในมุมหนึ่งงานของ Michel de Certeauก็มีความคล้ายคลึงกับงานของ Michel Foucault ที่ต้องการอธิบายถึง”อำนาจ” ว่ามีหน้าตาอย่างไร มีกลไกอย่างไรในการแทรกซึมเข้าไปครอบงำชีวิตประจำวันโดยไม่รู้ตัว โดยมีสองด้านที่แตกต่างกัน ด้านหนึ่งแบบแผนชีวิตประจำวันของเราก็ซ้ำซากจำเจ (everydayness) ซึ่งเป็นผลผลิตของภาวะสมัยใหม่แต่ก็เป็นประสบการณ์ร่วมที่ผู้คนมีร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ชีวิตประจำวัน (everyday life/ daily life) ก็หมายถึงกิจกรรมที่เป็นความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งมีความโดดเด่นในความดาษดื่นของชีวิตประจำวัน

2.3.3 ขยายความรู้เรื่องการต่อสู้ของคนธรรมดาผ่านแนวคิด Weapon of the Weak และ Domination and the art of resistance

> รูปแบบการต่อต้านที่เกิดขึ้นประจำวัน (everyday forms of resistance) นั้นแม้ไม่ปรากฏอยู่บนพาดหัวข่าว แต่มันก็เหมือนกัลปังหาเล็กๆ ที่ลอยมารวมกันจนเกิดเป็นแนวปะการังโดยไม่ตั้งใจนั้นล่ะ การต่อสู้ของชาวนาทั้งการขัดขืน ต่อต้านและบ่ายเบี่ยงนับครั้งไม่ถ้วนก่อให้เกิดแนวปะการังทางการเมืองและเศรษฐกิจขึ้นโดยไม่มีใครกำหนด . . . แต่เมื่อนาวารัฐแล่นชนแนวปะการังดังกล่าว ทุกความสนใจกลับพุ่งตรงไปที่ปรากฏการณ์เรือล่มมากกว่าการสะสมเพิ่มพูนอย่างมหาศาลของการกระทำเล็กๆ น้อยๆ ที่ก่อให้เกิดหายนะข้างต้น แค่เหตุผลนี้ก็เพียงพอที่ทำให้เราควรหันมาทำความเข้าใจการต่อสู้อันเป็นเอกเทศและเงียบงันของชาวนา (Scott 1985, pp. xvii)

เอเตียน เดอลาโบตี (Etienne de la Boetie) ผู้เขียนหนังสือ Discourse on Voluntary Servitude และเป็นแรงบันดาลใจให้แก่แนวคิดที่ต่อมาถูกพัฒนาขึ้นจนกลายเป็นแนวคิดเรื่อง อารยะขัดขืน การต่อต้านแบบสันติวิธี รวมไปถึงอนาธิปไตยนิยมที่เราเข้าใจกันในยุคปัจจุบัน ระบุว่าการต่อสู้ขัดขืนในหมู่ของมนุษย์ผู้ “เลี้ยงไม่เชื่อง” (หมายถึงปัจเจกชนที่ไม่ยอมทำตามอำนาจของโครงสร้าง: ผู้วิจัย) จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อพวกเขาระลึกได้ว่าตัวเองมีสิทธิอย่างชอบธรรมที่จะไม่ตก

อยู่ใต้อาณัติของโครงสร้าง หรือคือเป็นปัจเจกผู้กระทำการ (human agency) ซึ่งมีเจตจำนงค์แห่งการต่อต้าน มีความสามารถในการต่อต้าน และสุดท้ายเลือกเส้นทางแห่งการปลดปล่อยตนเอง Boetie ยังเสนอแนวทางในการล้มอำนาจของโครงสร้างว่าไม่จำเป็นต้องใช้พลกำลังเพื่อโค่นล้มอำนาจหรอก แค่เพียงเหล่าคนธรรมดาไม่ยอมทำตัวเป็นทาสให้แก่โครงสร้างก็เพียงพอแล้ว (อ้างถึงใน กรพินธุ์ พัวพันสวัสดิ์, 2557)

ด้าน สลาวอย ชิเชค (Slavoj Zizek) พัฒนาแนวคิดของเดอลาโบตีออกไปโดยโต้แย้งว่าการต่อต้านเช่นข้อเสนอของเดอลาโบตีนั้นไม่ถึงราก (radical) มากพอที่จะท้าทายหรือทำลายโครงสร้างอำนาจทุนนิยมแม้แต่น้อย ในเชิงทฤษฎี Zizek ค่อนข้างกังขาต่อการขัดขืนต่อต้านโดยสามัญชนคนธรรมดา ในทุกๆ การต่อต้าน หากขบวนการไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนที่จะยึดอำนาจรัฐก่อการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ และสถาปนาระเบียบใหม่ มันก็เป็นการต่อต้านที่ล้มเหลวตั้งแต่ยังไม่ได้เริ่ม ดังนั้น Zizek จึงเสนอว่ามวลมหาประชาชน (the multitude) ที่จะลุกขึ้นต่อต้านนั้นต้องใช้วิถีการปฏิวัติแบบถอนรากถอนโคนด้วยการใช้อาวุธ โดยอาศัยขบวนการต่อสู้ที่ต้องมีการนำอย่างเป็นระบบไม่ว่าจะผ่านพรรคการเมือง กลุ่มปัญญาชน หรือชนชั้นกรรมาชีพ โดยใช้หลักฐานการปฏิวัติที่สำเร็จผลในอดีตเช่น การปฏิวัติฝรั่งเศส อเมริกา เฮติ และการปฏิวัติของชนชั้นกรรมาชีพ เป็นเครื่องยืนยัน (Zizek, 2013)

หากแต่ในความเป็นจริง ภายใต้บริบททางสังคมและการเมืองของหลายประเทศเสรีภาพขั้นพื้นฐานไม่ได้เป็นสมบัติของทุกคนเสมอหน้ากัน การจัดตั้งขบวนการเคลื่อนไหวทางการเมืองเพื่อเผชิญหน้ากับศัตรูทางการเมืองอย่างเปิดเผยดังที่ ชิเชค เสนอนั้นจึงมีต้นทุนที่สูงเกินไปจนยากที่เหล่าคนธรรมดาจะเข้าร่วมได้ ตัวอย่างเช่น การชุมนุมของแนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ พ.ศ. 2553 ซึ่งเป็นขบวนการทางการเมืองที่มีเป้าหมายเรียกร้องให้นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นประกาศยุบสภาและจัดการเลือกตั้งใหม่ เหล่าผู้ชุมนุมต้องละทิ้งถิ่นที่อยู่และโอกาสในการประกอบอาชีพเพื่อมาร่วมการชุมนุมซึ่งกินระยะเวลาเกือบ 3 เดือน สุดท้ายผลปรากฏว่าการชุมนุมครั้งนั้นไม่บรรลุผลและยังทำให้มีผู้เสียชีวิตอย่างน้อย 91 รายที่สี่แยกราชประสงค์ (Fuller & Mydans, 2010) หากเปลี่ยนยุทธศาสตร์มาเป็นการนิ่งเฉย ไม่ยอมปฏิบัติตามคำสั่งของผู้มีอำนาจอย่างสันติตามที่ เดอลาโบตี เสนอนั้นเราก็จะพบว่าผู้มีอำนาจก็อาจไม่เปิดโอกาสให้คนเหล่านั้นแสดงเจตจำนงของตัวเองได้ เช่นกรณี ‘ไผ่ ดาวดิน’ หรือนายจตุภัทร์ บุญภัทรรักษา ปฏิเสธหมายเรียกปรับทัศนคติจากรัฐบาลทหารเพราะยืนยันว่าการรัฐประหารเป็นสิ่งผิดกฎหมาย ก่อนถูกส่งตัวไปดำเนินคดี (“‘ไผ่ ดาวดิน’ เข้าเกณฑ์อภัยโทษ,” 2559) ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าแนวทางของการต่อต้านตามความคิดของ ชิเชค และ เดอลาโบตี อาจไม่สามารถปฏิบัติได้จริงในสังคมไทยที่ซึ่งประชาชนไม่มีสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานมากเพียงพอ

Ref. code: 25615807300040CHL

แนวทางที่เป็นไปได้คือแนวทางของ James C. Scott ผู้เขียนเรื่อง Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance (1985) และ Domination and the Arts of Resistance: Hidden transcripts (1990) โดยเขาให้ความสำคัญกับการต่อต้านที่เกิดขึ้นทุกเมื่อเชื่อวันผ่านการแสดงออกทางภาษา หรือการลอบบ่อนทำลายโดยผู้ต่อต้านสามัญชนนิรนาม

James C. Scott ศึกษาการต่อต้านขัดขืนรูปแบบต่างๆ ของชาวนายากจนในหมู่บ้านแห่งหนึ่งของประเทศมาเลเซียเพื่อคลี่ให้เห็นถึงการทำงานของอำนาจและรูปแบบการต่อต้านที่หลากหลาย งานของ James C. Scott ในปี 1985 ซึ่งทำการวิจัยเกี่ยวกับการต่อต้านของชาวนามาเลเซียผ่านกิจวัตรเล็กๆ น้อยๆ เช่น การบุกรุกพื้นที่ การถ่วงเวลา และการลักเล็กขโมยน้อยโดย James C. Scott เรียกการกระทำเหล่านี้ว่าเป็นการต่อต้านเพื่อเรียกร้องสิทธิอันชอบธรรมจากแรงงาน ทรัพย์สิน และการผลิตของตนเอง (Scott, 1985)

ใน Weapons of the Weak Scott ศึกษาการต่อต้านขัดขืนรูปแบบต่างๆ ของชาวนายากจนในหมู่บ้านแห่งหนึ่งของประเทศมาเลเซียเพื่อคลี่ให้เห็นถึงการทำงานของอำนาจและรูปแบบการต่อต้านที่หลากหลาย ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้น James C. Scott ขยายกรอบการกระทำที่ถือว่าเป็นการต่อต้านให้มีลักษณะที่ครอบคลุมมากขึ้นโดยเขาเชื่อว่าทุกการต่อต้านย่อมมีพื้นฐาน (infrapolitic) มาจากการต่อต้านเล็กๆ น้อยๆ ในชีวิตประจำวัน

ตารางที่ 2.1

เปรียบเทียบการกบฏและปฏิวัติกับการต่อต้านในชีวิตประจำวัน

	กบฏและปฏิวัติ	**รูปแบบการต่อต้านในชีวิตประจำวัน**
กลยุทธ์การเคลื่อนไหว	ขบวนการประท้วงขนาดใหญ่ที่มีการจัดตั้งอย่างเป็นระบบ	การลักเล็กขโมยน้อย ลอบวางเพลิง ใส่ร้ายป้ายสี อ้อยอิ่ง ทำเป็นพิธี หลอกลวง แกล้งโง่
ลักษณะการรวมตัว	มีผู้นำ โครงสร้างองค์กร ข้อเรียกร้องที่ชัดเจนและเป็นทางการ	ไม่จำเป็นต้องมีแผนการ หากแต่เน้นทักษะการเอาตัวรอดของปัจเจกบุคคล
จุดประสงค์	มุ่งเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจในระดับรัฐ	การก่อกวนโดยหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับผู้มีอำนาจให้ได้มากที่สุด
การยกย่องตัวบุคคล	สรรเสริญเชิดชูวีรบุรุษ วีรสตรีอย่างเฉพาะเจาะจง	ไม่มีวีรบุรุษ วีรสตรี
ปรัชญาการต่อสู้	มิใช่การดิ้นรนต่อสู้เพื่อปากท้อง	การต่อสู้เชิงภาษาและสัญลักษณ์เพื่อช่วงชิงการให้ความหมาย เช่น ซุบซิบนินทา ข่าวลือ ให้ฉายา หรือแม้กระทั่งการนั่งเงียบแล้วมองดูด้วยความสมเพช
สถานที่	บนเวทีหรือที่สาธารณะ	ลับหลัง ในพื้นที่กึ่งส่วนตัวที่ห่างไกลจากการสอดส่องของผู้มีอำนาจ

หมายเหตุ. จาก *Domination and the arts of resistance: Hidden transcripts,* by, J. C. Scott, 1992, New Haven: Yale University Press.

Ref. code: 25615807300040CHL

หลังจากนั้น James C. Scott พัฒนาความคิดเรื่องการต่อต้านอย่างเป็นระบบมากขึ้นใน Domination and the Arts of Resistance (1990) เขาอธิบายว่าการครอบงำในรูปแบบ "เรื่องสาธารณะ (public transcripts)" เป็นเทคนิคการครอบงำทางอำนาจของชนชั้นผู้ปกครอง โดยเรื่องสาธารณะมักอธิบายสภาพความเป็นจริงที่โหดร้ายด้วยถ้อยคำที่สวยงาม (euphemisms) ยกตัวอย่างเช่น การใช้คำว่า "รักษาความสงบร่มเย็น (pacification) แทน การโจมตีและยึดครองด้วยอาวุธ" หรือ "ค่ายอบรมเพื่อปรับทัศนคติ (reeducation camps) แทน คุกที่กักขังศัตรูทางการเมือง" ในขณะเดียวกัน เรื่องสาธารณะก็ตราหน้า (stigmatise) บุคคลที่ท้าทายต่อระบบว่าเป็น "อาชญากร" หรือ "คนบ้า" การใช้เทคนิคเชิงภาษาและสัญลักษณ์ของผู้มีอำนาจกระทำไปควบคู่กับการควบคุมและตรวจตราอย่างเคร่งครัด ยกตัวอย่างเช่น กฎที่ว่า "ห้ามทาสจำนวนห้าหรือมากกว่าห้าคนขึ้นไปชุมนุมกันโดยปราศจากผู้ดูแลผิวขาวอย่างเด็ดขาด" ซึ่งเป็นกฎที่สหรัฐอเมริกาใช้เมื่อกว่าสองร้อยกว่าปีที่แล้ว James C. Scott กล่าวสรุปว่า เทคนิคการครอบงำมีเป้าหมายเพื่อลดโอกาสการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ถูกปกครองให้ได้มากที่สุดและแบ่งแยกพวกเขาให้เป็นกลุ่มย่อยๆ ทั้งนี้ก็เพื่อป้องกันมิให้พื้นที่เสรีภาพทางสังคมที่อยู่เหนือการควบคุมเกิดขึ้นได้

อย่างไรก็ดี James C. Scott บอกว่า นี่คือความพยายามที่ "สิ้นหวังและเป็นไปไม่ได้ (hopelessly utopian)"เพราะทุกๆ เรื่องสาธารณะย่อมผลิต "เรื่องหลังม่าน (hidden transcripts)" ที่หลากหลายในหมู่ผู้ถูกปกครองกดขี่ James C. Scott นิยามว่า เรื่องหลังม่านคือ ชีวิตทางการเมืองของคนผู้ถูกกดขี่ที่ไม่ใช่ทั้งการต่อสู้อย่างเปิดเผยรุนแรงและการสยบยอมต่ออำนาจแต่โดยดี ในแง่หนึ่งเรื่องหลังม่านนี้ก็คือ "อาวุธของคนยาก" ที่ James C. Scott พูดถึงในงานเขียนก่อนหน้านี้ James C. Scott บอกว่า เรื่องหลังม่านสามารถเกิดขึ้นได้สองทาง ทางแรกคือเมื่อมีช่องว่างทางกายภาพระหว่างผู้มีอำนาจและผู้ด้อยกว่า ทางที่สองคือเมื่อมีช่องว่างทางสัญลักษณ์ระหว่างกลุ่มคนทั้งสอง

การต่อต้านในแบบแรกจะเน้นไปที่ตำแหน่งแห่งที่ของผู้ต่อต้านที่อยู่ไกลจากรัศมีการสอดส่องของอำนาจ เช่น มุมมืดในโรงทาส หรือโรงเหล้าของกรรมกร เมื่อผู้ถูกกดขี่มีโอกาสปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในที่ลับตา เรื่องหลังม่านที่ขัดแย้งอย่างสิ้นเชิงกับเรื่องสาธารณะย่อมพรั่งพรูออกมาไม่มีที่สิ้นสุด James C. Scott ยังพูดถึงตลาดในสมัยยุคกลางว่าเป็นสถานที่ที่รวมเอาผู้คนชนชั้นล่างไร้ฐานันดรเข้าด้วยกันอย่างบังเอิญ ท่ามกลางความวุ่นวายในตลาด "พิธีกรรมและการเชิดชูสรรเสริญเจ้านายและพระสงฆ์กลายเป็นสิ่งที่ผิดที่ทาง ความเป็นอภิสิทธิ์ไม่มีความหมายในที่แห่งนี้" (Scott, 1992)

เรื่องหลังม่านในแบบที่สองมิได้เกิดขึ้นในที่ลับ หากแต่กระทำในที่สาธารณะต่อหน้าผู้มีอำนาจ รูปแบบที่มันถูกถ่ายทอดออกมาคือเสน่ห์ของการต่อต้านประเภทนี้ กล่าวคือ ผู้ต่อต้านเล่นการเมืองเรื่องการพรางตัว (politics of disguise) เพื่อหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับผู้มีอำนาจ ไม่ว่าจะเป็น การประชดเสียดสี บ่นพึมพำ ซุบซิบนินทา หรือการแสดงออกทางสัญลักษณ์ผ่านภาษาหรือ

Ref. code: 25615807300040CHL

การกระทำที่เป็นที่รู้กันเฉพาะในหมู่ชนชั้นที่ถูกกดขี่ James C. Scott รวมเอาการชุมนุมของฝูงชนอย่างไม่เป็นระเบียบ ไร้ผู้นำเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการเมืองเรื่องการพรางตัวด้วย ทั้งนี้ก็เพราะจำนวนกลายเป็นอาวุธปกปิดตัวตนของผู้ต่อต้าน และส่งผลให้ผู้มีอำนาจมีความยากลำบากในการชี้นิ้วเอาผิดศัตรูของเขา อาจเรียกได้ว่า ในขณะที่เนื้อหาของข้อความหรือการกระทำมีความคลุมเครือ (ในสายตาผู้มีอำนาจ) เราอาจสามารถระบุตัวตนของผู้ต่อต้านได้อย่างชัดเจน แต่ถ้าข้อความหรือการกระทำมีความชัดเจนว่ากำลังโจมตีผู้ปกครอง ตัวตนของผู้กระทำก็จะมีความคลุมเครือไม่ชัดเจน

James C. Scott มองว่าเป็นธรรมชาติของเรื่องหลังม่านที่จะทดสอบท้าทายกรอบความเป็นไปได้ของการต่อต้านทีละเล็กทีละน้อย เมื่อถึงวันที่เรื่องหลังม่านกลายมาเป็น “วัฒนธรรมย่อย (subculture)”ของชนชั้นล่างจำนวนมาก เรื่องหลังม่านก็จะค่อยๆหลุดรอดเข้ามาปนเปื้อนพื้นที่สาธารณะและท้าทายเรื่องสาธารณะของผู้มีอำนาจ เสียงก่นด่าที่คลุมเครือ ถ้อยคำและท่าทางที่แฝงฝังความหมายใหม่ๆ กลับกลายเป็นอาวุธของสามัญชนที่แพร่กระจายดังไฟลามทุ่ง ผู้มีอำนาจต่างรู้สึกได้ถึงความตึงเครียด หน้าไหว้หลังหลอก และกลิ่นอายแห่งการปฏิวัติแข็งข้อ พวกเขาอาจจะตอบโต้ด้วยการระดมยัดเยียด “เรื่องสาธารณะ” ที่ตอกย้ำความเลิศเลอยิ่งใหญ่ของตน หรือหันหน้าหาความรุนแรง ไล่ล่า ปราบปรามผู้ต่อต้านคนเล็กคนน้อยอย่างไร้เหตุผล ปฏิกิริยาเหล่านี้ล้วนแต่สะท้อนถึงภาวะ “จนตรอก” ของชนชั้นผู้ปกครอง บางสิ่งบางอย่างได้เปลี่ยนแปลงไปแล้วในจิตสำนึกของผู้ถูกปกครอง และมันไม่สามารถแก้ไขให้กลับไปเป็นเช่นอดีตได้ James C. Scott ได้อ้างถึงคำพูดของทาสผู้หนึ่งที่ลุกขึ้นสู้กับนายทาสเพื่ออธิบายประสบการณ์ทางจิตสำนึกข้างต้น

> ก่อนหน้านี้ฉันเป็นสิ่งที่ไร้ค่า ตอนนี้ฉันเป็นคน. . .หลังจากที่ฉันได้ลุกขึ้นสู้กับเขา ฉันรู้สึกอย่างที่ไม่เคยรู้สึกมาก่อน มันเหมือนตายแล้วเกิดใหม่. . .ฉันมายืนอยู่ตรงจุดที่ฉันไม่กลัวที่จะตายอีกต่อไป จิตสำนึกเช่นนี้ทำให้ฉันเป็นเสรีชน ทั้งๆ ที่ภายนอกฉันจะยังเป็นทาสอยู่ แต่เมื่อทาสไม่ยอมที่จะถูกเฆี่ยนตี เขาก็เสรีไปแล้วกึ่งหนึ่ง (Scott, 1992)

2.4 แนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัล

2.4.1 จุดเริ่มต้นของนักเคลื่อนไหวผ่านสื่อใหม่ (Activist New Media)

เมื่อพูดถึงสื่อใหม่ เรามักคิดว่า “ความใหม่” นั้นไร้ราก ไม่มีที่มาที่ไป แต่แท้จริงแล้วสื่อใหม่ (New Media) เองก็ไม่ต่างจากสื่ออื่นๆ ที่ต้องอาศัยนวัตกรรม เทคโนโลยี ความรู้ และระบบจากอดีตเพื่อเป็นรากฐานในการสร้างสรรค์นวัตกรรม คำว่ารากฐานนี้ไม่ได้หมายความถึงเพียงเทคโนโลยีในลักษณะที่จับต้องได้เท่านั้น เช่น วัตถุสื่อ หรือเทคโนโลยีข้อมูล แต่ยังกินความถึงวิถีและวัตถุประสงค์ที่ผู้คนในสังคมใช้เทคโนโลยี (Lievrouw, 2011)

Ref. code: 25615807300040CHL

แหล่งที่มาอันสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาของคอนเซปต์นักเคลื่อนไหวผ่านสื่อใหม่นั้นอาจแบ่งออกได้ 2 แหล่ง หนึ่งคือด้านวัฒนธรรม (cultural) และสองคือ ด้านสังคมและการเมือง (social/political) แหล่งด้านวัฒนธรรมมีจุดเริ่มต้นมาจากกระแสการเคลื่อนไหวด้านศิลปะโดยเฉพาะการทำงานของกลุ่ม Dada และนักสถานการณ์นิยม (situationism) ซึ่งพยายามเปลี่ยนแปลงสังคมผ่านการสร้างสรรค์งานศิลปะ การแสดง และภาษา โดยใช้สื่อใหม่เป็นช่องทางในเผยแพร่การต่อต้านนั้นออกไป ขณะที่แหล่งที่สองคือด้านสังคมและการเมืองซึ่งศึกษาการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่ (new social movements) ซึ่งเป็นเครื่องมือของปัจเจกชนในการเปลี่ยนแปลงสังคมในประเด็นเฉพาะ เช่น การเคลื่อนไหวของกลุ่ม LGBT

2.4.2 รากฐานด้านวัฒนธรรม: กลุ่ม Dada และนักสถานการณ์นิยม

กลุ่มดาด้าเริ่มเคลื่อนไหวระหว่างปี 1915-1925 โดยเป็นการรวมตัวของกลุ่มศิลปินและนักเขียนในแถบยุโรปและเมืองนิวยอร์คที่ต้องการเปลี่ยนแปลงมุมมองของสังคมที่มีต่อชีวิตประจำวันและการเมืองผ่านการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล พวกเขามองว่าเรื่องราวรอบตัวที่ถูกทำให้เป็นเรื่องไร้ความหมาย (taken-for-granted meaning) กลับกลายเป็นที่ซุกซ่อนการใช้อำนาจกดทับจากโครงสร้าง ทางออกคือการใช้เทคนิคการสื่อสารผ่านโลกดิจิทัลเพื่อสื่อสารงานศิลปะแบบใหม่ที่รบกวนวัฒนธรรมและการเมืองกระแสหลัก เช่น การผสมผสานเทคโนโลยีการสื่อสาร อย่าง รูปถ่าย ภาพยนตร์ และภาพพิมพ์ต่างๆ เข้ากับวัฒนธรรมชั้นสูง อย่าง ภาพเขียน รูปปั้น และโรงอุปรากร

ด้านกลุ่มนักสถานการณ์นิยม พวกเขาเชื่อว่าสังคมปัจจุบันคือการผลิตซ้ำของระบบการเมือง การศึกษา เวลาว่าง หรือแม้แต่ชีวิตส่วนตัว การเปลี่ยนแปลงอุดมการณ์เหล่านี้ได้นั้นต้องเริ่มจากการเปลี่ยน สถานการณ์ ในชีวิตประจำวันให้เกิดความวุ่นวายเพื่อปลดปล่อยปัจเจกชนจากอำนาจที่กดทับ

เทคนิคที่กลุ่มดาด้าและนักสถานการณ์นิยมใช้มีดังต่อไปนี้

1. การสร้างจุดสนใจ (Derive)

Marcus (2002) กล่าวว่าเทคนิคนี้คือการเปิดเผยตัวตนของชีวิตอันแท้จริงที่ถูกการให้ความหมายของสังคมสมัยใหม่กดทับไว้ มันเป็นเหมือนการเรียกร้องให้คนหนึ่งคนใดหรือกลุ่มคนหยุดการเคลื่อนไหว หยุดกิจกรรมที่ทำ หยุดความสัมพันธ์ หยุดการทำงาน และปล่อยให้ตัวเองถูกชักจูงเข้ามาร่วมมุงดูสถานการณ์ตรงหน้าที่ถูกสร้างขึ้น (Debord, 1981) ตัวอย่างเช่น การแสดงของนักแสดงมายากลข้างถนนที่เปลี่ยนสวนสาธารณะให้กลายเป็นพื้นที่อันแปลกประหลาด มหัศจรรย์ ส่งผลให้ผู้คนรอบข้างที่เดินผ่านไปมาเกิดความสนใจ จึงหยุดการเดินทางและเข้ามามุงดูการแสดงของเขา

2. การหยิบยืมเพื่อสร้างความหมายใหม่ (Detournement)

เทคนิคการสร้างสรรค์ผลงานผ่านสิ่งที่ “หาได้” จากวัฒนธรรมที่อยู่รอบตัว มันคือการฉวยใช้ หยิบยืมเอา ภาพ ข้อความ หรือวัตถุดิบต่างๆ ที่มีความหมายทางวัฒนธรรมแฝงอยู่

Ref. code: 25615807300040CHL

แล้วนำมาดัดแปลงให้เกิดความหมายใหม่ตามที่ตนต้องการ Jappe (1999) ให้ความหมายวิธีการนี้ว่าเป็นเทคนิคที่เปลี่ยนให้เหล่าผู้รับสาร (reader) หรือสาธารณชน (public) กลายเป็นนักรบ (warrior) ขึ้นมาได้

2.4.3 รากฐานด้านสังคมและการเมือง: ทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางสังคม

ทฤษฎีการเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่ (new social movement theory) เป็นฐานแนวคิดที่เริ่มขึ้นตั้งแต่ปีคริสตศักราช 1960 ถึง 1980 คือกระแสการเคลื่อนไหวที่ผลักดันประเด็นปัญหาที่นอกเหนือไปจากประเด็นหนัก (hard issue) ในสังคม เช่น เรื่องการเมือง เรื่องแรงงาน การต่อต้านสงคราม แล้วหันไปหาประเด็นที่กว้างขวางกว่า เช่น ประเด็นเรื่องสังคมรอบตัว (สิทธิของผู้บริโภค การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สิทธิสัตว์ และอื่นๆ) หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์หรือวิถีชีวิต (การเคลื่อนไหวของสตรี หรือ กลุ่ม LGBT)

นักทฤษฎีเชื่อว่ากระแสการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่เช่นนี้เกิดขึ้นได้เนื่องจากแรงงานมีความรู้มากขึ้น (knowledge workers) จึงสามารถผลิตสัญลักษณ์และวัฒนธรรมต่างๆ ขึ้นต่อต้านกับโครงสร้างอย่างมีศิลปะมากขึ้น และมองหาประเด็นที่นอกเหนือจากเรื่องเศรษฐกิจและชนชั้น

ลักษณะของการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่อาจแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้กระทำการ (actors)

- ผู้เข้าร่วม - พนักงานผู้มีข้อมูล/ความรู้ นักวิชาชีพ ผู้ทำงานสร้างสรรค์ที่มีการศึกษาดี
- ลักษณะร่วม-พยายามเป็นอิสระจากโครงสร้างของสถาบัน ต้องการสร้างและแบ่งปันมุมมองของตนที่มีต่อโลก ต่อประสบการณ์ และต่ออัตลักษณ์ของคนกลุ่มต่างๆ
- การสร้างความหมายและสัญญะ - สร้างและควบคุมข้อมูล สัญญะเพื่อเป็นตัวแทนสะท้อนถึงผลประโยชน์ ความเชี่ยวชาญ จารีต และคุณค่าของกลุ่ม

2. การกระทำ (action)

- การเคลื่อนไหวแบบเครือข่ายสังคม (Movements as Social Networks) เคลื่อนไหวโดยไม่มีโครงสร้างการทำงานชัดเจนและเน้นการสื่อสารแบบระหว่างบุคคล เป้าหมายคือการทำงานเป็นกลุ่มเล็กๆ เพื่อกระจายอำนาจในการต่อสู้แบบกองโจรเพื่อล้มล้างหรือป่วนอำนาจโครงสร้างของสังคม
- ชีวิตประจำวัน (Everyday Life) การเคลื่อนไหวสามารถทำร่วมกับกิจกรรมอื่นๆ ในชีวิตประจำวันและเป็นเชื่อมต่อกับไลฟ์สไตล์ วิธีการนี้ทำให้ปัญหาส่วนบุคคลสร้างอารมณ์ร่วมให้แก่สังคมกลายเป็นปัญหาที่ทุกคนรู้สึกมีความรู้สึกร่วมได้

Ref. code: 25615807300040CHL

- ใช้สื่อและเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Use of Media and ICTs)ใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอย่างเข้มข้นเพื่อใช้เป็นฐานปฏิบัติการณ์และพื้นที่สะสมกำลังในการต่อต้าน

- การเคลื่อนไหวไร้รูปแบบ (‘Unconventional’ Action Repertoires) พึ่งพาความคิดสร้างสรรค์อันไม่เป็นระบบในการรบกวนและต่อต้าน สร้างกิจกรรมเล็กๆ ที่กระจายตัวอยู่ทุกหนทุกแห่งเพื่อรบกวนการทำงานของอำนาจโดยไม่ต้องลงทุนลงแรงมากนัก

- แคมเปญไร้พรมแดน (Transnational Campaign) การเคลื่อนไหวจะขยายตัวตามเวลาและกินอาณาเขตเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการต่อต้านถูกแฝงเข้าไปเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวันของทุกคน ดังนั้น สารจึงสามารถทำให้คนที่ไม่ได้มีความสนใจและยึดถือคุณค่าร่วมกันค่อยๆ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและหันมาร่วมมือกับผู้ต่อต้านได้

2.4.4 กรอบความคิดเรื่องการเคลื่อนไหวบนสื่อใหม่ (Activist New Media Framework)

แม้การเคลื่อนไหวของนักเคลื่อนไหวบนสื่อใหม่จะมีหลากหลายประเภท (genre) แต่นักวิชาการตั้งข้อสังเกตว่าการเคลื่อนไหวเหล่านั้นมีประเด็นร่วมอยู่ 3 ประเด็นที่ผู้วิจัยสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์การเคลื่อนไหวบนสื่อใหม่ได้คือ หนึ่ง ขอบเขต (scope) หรือระดับของการเคลื่อนไหว สอง จุดยืน (stance) คือความเกี่ยวพันของการเคลื่อนไหวต่ออำนาจของสังคมและวัฒนธรรมที่กดทับ และสาม การดำเนินโครงการ (action) และผู้กระทำการ (agents) ที่จะขับเคลื่อนประเด็นไปสู่ความเปลี่ยนแปลง

2.4.4.1 ขอบเขต (Scope)

การเคลื่อนไหวบนสื่อใหม่มักเป็นโครงการขนาดเล็ก เน้นการทำงานเป็นกลุ่มเล็กที่มีค่าใช้จ่ายน้อยแต่กลับสามารถเคลื่อนย้ายตัวเองไปบนโลกออนไลน์ได้อย่างอิสระ บางครั้งถูกเรียกว่า micromedia

นอกจากนั้น แคมเปญยังต้องเป็นผลงานที่ผู้ต่อต้านสร้างสรรค์ด้วยฝีมือของตนเองหรือสมาชิกในกลุ่มเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่น ความตั้งใจ และหลีกเลี่ยงการผลิตสารแบบสื่อกระแสหลักที่ผลิตสารแบบอุตสาหกรรม (mass production) เพื่อสร้างความรู้สึกเข้าถึงง่ายให้เกิดขึ้นกับสาร ส่วนใหญ่นิยมทำงานในลักษณะอาสาสมัครช่วยเหลือ

2.4.4.2 จุดยืน (Stance)

ถือเป็นสะพานเชื่อมระหว่างการเคลื่อนไหวทางศิลปะ (activist art movement) การเคลื่อนไหวทางสังคมใหม่ และการเคลื่อนไหวออนไลน์เข้าด้วยกัน เนื่องจากเป็นการแสดง “พื้นที่” (space) ที่พวกเขายึดครองและแสดงออก คุณสมบัติของจุดยืนอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด

(1) พื้นที่เฉพาะ (Heterotopic)

การเปลี่ยนให้พื้นที่ออนไลน์กลายเป็นเวทีของการแสดงออก ของความคิดสร้างสรรค์ ที่แยกออกจากวัฒนธรรมกระแสหลัก เป็นพื้นที่เสมือนที่สามารถเป็นตัวแทน ต่อสู้

Ref. code: 25615807300040CHL

หรือขัดแย้ง กับพื้นที่จริงที่ผู้คนใช้ชีวิตอยู่ จุดประสงค์ไม่เพียงต้องการแย้งกับระบบแต่ยังต้องการเสนอ "ทางเลือก" ทั้งทางด้านความคิดและการกระทำให้แก่สังคม

พื้นที่ออนไลน์ไม่เพียงเป็นพื้นที่เฉพาะที่ช่วยให้เหล่าคนชายขอบหรือคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบหลบซ่อนตัวจากกลุ่มผลประโยชน์อื่นๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างและมีมุมมองแตกต่าง หากแต่พื้นที่ออนไลน์ยังเป็นแหล่งสร้างวาทกรรมต่อต้านและอุบายเพื่อเอาชนะการที่โครงสร้างแบ่งแยกคนธรรมดาออกจากกัน (Asen, 2000)

(2) ความเป็นวัฒนธรรมกระแสรอง (Subcultural)

กลุ่มการเคลื่อนไหวออนไลน์คาดหวังให้สมาชิกแชร์ข้อมูลของ "คนใน" หรือคนที่มีข้อมูลเชิงลึกให้แก่สมาชิกคนอื่นๆ และเปลี่ยนแปลงสารเหล่านั้นให้ออกมาในรูปแบบของวัฒนธรรมประชานิยม (pop culture) เช่น ภาพ ไวรัล มีม โดยการเลือกชิ้นส่วนต่างๆ บนโลกดิจิทัลที่อาจดูเหมือนไม่มีความเกี่ยวข้องกันมาจัดเรียนกันเสียใหม่เพื่อสะท้อนประเด็นที่ต้องการสื่อสารออกมา

(3) อารมณ์ขันและการเสียดสี (Humour and Ironic)

เมื่อต้องการสร้างความหมายใหม่ กลุ่มผู้ต่อต้านจะหยิบเอาภาพและความคิดที่เกิดขึ้นจากสังคมกระแสหลักแล้วนำมาแปลงให้เกิดความหมายใหม่ที่ตลกขบขันแต่กระตุกให้คนในสังคมลุกขึ้นมาตั้งคำถามกับสิ่งที่โครงสร้างนำเสนอแก่สังคม ลีลาในการเสนอเรื่องราวจะออกมาในรูปแบบของการเสียดสี (ironic) ความขี้เล่น (playful) มุกแป๊ก (campy) การล้อเลียน (parodic) และความขบขัน (humorous)

2.4.4.3 ผู้กระทำการและการกระทำ (Agency and Action)

การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้กระทำการ (agent) เล็งเห็นและคาดหวังความเปลี่ยนแปลงหรือผลลัพธ์ที่จะเกิดจากการกระทำการ (action) นั้น ลักษณะของผู้กระทำการมี 2 คุณสมบัติ คือ หนึ่ง นักก่อกวน (interventionist) คือผู้ที่พยายามรบกวนสภาพ การรับรู้ทั่วไป (common-sense) หรือเรื่องที่คนในสังคมไม่ตั้งคำถามให้กลายเป็นประเด็นน่าฉุกคิด

การต่อสู้ของกลุ่มนักเคลื่อนไหวออนไลน์จะเข้าไปร่วมในประเด็นที่มีอยู่แล้วในสังคม ด้านหนึ่งพวกเขาเข้าไปแทรกแซง เข้าร่วมแสดงความเห็นต่อประเด็นต่างๆ แต่อีกด้านหนึ่งก็ผลิตสารใหม่ๆ และเชิญชวนให้คนกลุ่มอื่นๆ เข้ามาติดตามประเด็นใหม่ที่พวกเขาเปิดขึ้นมา

อีกคุณสมบัติที่สำคัญคือความสามารถในการสลายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว (perishable) กล่าวคือกลุ่มเหล่านี้อาจมีอายุสั้นและมารวมตัวเพื่อตอบโต้ต่อบริบทและการให้ความหมายของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป พวกเขากล้ารับความเสี่ยงต่างๆ เพราะกลุ่มออนไลน์สามารถเคลื่อนย้าย (mobilise) รวมตัวขึ้น (organise) สลายตัว (disorganise) หรือกลับมารวมตัวอีกครั้ง (reorganise) ได้ทุกที่ทุกเวลา

Ref. code: 25615807300040CHL

2.4.5 การเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อสารมวลชน (Mediated Mobilisation)

ในอดีต การสื่อสารถือเป็นกลไกหลักที่ช่วยให้ผู้คนในสังคมสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความสนใจ และอัตลักษณ์เพื่อนำไปสู่การรวมตัวกันเพื่อทำบางสิ่งบางที่สามารถเปลี่ยนแปลงสังคม วัฒนธรรม หรือการเมืองได้ หากแต่เมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมหมู่บ้านสู่สังคมเมืองใหญ่ สายสัมพันธ์ของพลเมืองก็เริ่มเปราะบางและเทคโนโลยีการสื่อสารแบบดั้งเดิม เช่น การพูดต่อหน้า หรือแปะป้ายประกาศ เริ่มไม่มีพลังมากพอในการดึงให้ผู้คนในสังคมมารวมตัวกันได้ สื่อใหม่จึงกลายเป็นช่วยทางการสื่อสารในโลกยุคปัจจุบันที่เข้ามาช่วยให้พลเมืองสามารถขับเคลื่อนประเด็นปัญหาของสังคม ตั้งแต่เรื่องส่วนตัวไปถึงเรื่องระดับสังคม และสร้างพัฒนาให้สังคมเข้าสู่การเป็นสังคมประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (participatory democracy)

อย่างไรก็ตาม ตัวแปรอันสำคัญที่ทำให้การขับเคลื่อนผ่านสื่อใหม่เป็นไปได้หนีไม่พ้นความเชื่อใจ (trust) ที่ผู้คนบนโลกออนไลน์จะมีให้แก่กัน ความเชื่อใจนี้มีโอกาสเกิดขึ้นจากการหลอกลวงบนโลกออนไลน์ได้ค่อนข้างยากเนื่องจากสื่อใหม่เป็นพื้นที่ที่เปิดให้ผู้ใช้สามารถค้นหาเจาะลึก และรวบรวมข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งได้อย่างมหาศาล ดังนั้นการสร้างความเชื่อใจให้เกิดในโลกออนไลน์จึงต้องเกิดจากความสามารถของคนธรรมดาในการพัฒนาความสัมพันธ์ ให้ความเห็น แนะนำ และแลกเปลี่ยน “ทุนด้านชื่อเสียง” ระหว่างกันอย่างมีประสิทธิภาพ

2.4.5.1 ขอบเขต (Scope)

จุดเริ่มต้นและอาจเป็นจุดมุ่งหมายของการขับเคลื่อนลักษณะนี้คือการสร้างความร่วมมือ (collaboration) ให้แก่ผู้คนที่มีหัวจิตหัวใจเหมือนกัน (like-minded people) แต่การร่วมมือในที่นี้เกิดขึ้นในรูปแบบที่หลากหลาย ตั้งแต่ระดับปัจเจกชนถึงระดับสาธารณะ การสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนความคิด ความเห็น ข้อมูล ผ่านบล็อก เว็บไซต์ วิกิพีเดีย อีเมล์ เพื่อมีส่วนร่วมในการต่อต้านที่กำลังเกิดขึ้นแบบ “เหมือนอยู่ในเหตุการณ์จริง” (“live”) การขับเคลื่อนนั้นไม่ใช่เพียงการรวมรวบและหมุนเวียนทรัพยากร (เช่น กำลังคน เวลา เงินทุน เทคโนโลยี หรือพื้นที่) แต่ยังหมายรวมถึงการสร้างความรู้สึกของการเป็นเจ้าของ (sense of belonging) ความสามัคคี (solidarity) และการสร้างอัตลักษณ์ร่วม (collective identity) ในหมู่ผู้ที่ร่วมการสื่อสารผ่านกิจกรรมของพวกเขา

2.4.5.2 จุดยืน (Stance)

กิจกรรมของกลุ่มจะช่วยให้สังคมเห็นความสนใจหรือข้อวิตกกังวลของเหล่าคนธรรมดาที่มารวมตัวกันและปกติไม่สามารถเรียกร้องความสนใจของสังคมได้เพราะไม่มีสถานภาพ (status quo) ที่เอื้อต่อการต่อต้าน นอกจากนั้นกลุ่มคนเหล่านี้ยังสามารถสั่นคลอนโครงสร้างของระบบ ตั้งคำถามท้าทายการกระทำทางอำนาจ (practices of power) ท้าทายความชอบธรรม (legitimate corrective) และท้าทายธรรมเนียมปฏิบัติ (conventional institutions)

Ref. code: 25615807300040CHL

เทคโนโลยีการสื่อสารช่วยให้การรวบอำนาจของโครงสร้างเริ่มเสื่อมคลาย กลายการกระจายอำนาจ (decentralise) ให้แก่กลุ่มผู้ต่อต้านและทำให้วาระ (agenda) ไม่ได้เกิดจากการกำหนดของโครงสร้างเพียงทางเดียว นอกจากนั้นยังสามารถรวบรวมเอาวัฒนธรรมอันหลากหลายและรูปแบบสารต่างๆ เพื่อมาใช้ในการสื่อสารได้อย่างไม่มีข้อจำกัด

2.4.5.3 ผู้กระทำการและการกระทำ (Agency and Action)

ผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงมีหลายระดับ ในระดับโครงสร้างการเคลื่อนไหวสามารถรบกวนการทำงานของสถาบันทางสังคมและทางการเมือง เปลี่ยนค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคม รวมถึงเปลี่ยนแปลงการแบ่งปันทรัพยากรและอำนาจของคนในสังคม ในระดับกลาง เทคโนโลยีการสื่อสารช่วยให้นักเคลื่อนไหวไม่จำเป็นต้องเคลื่อนไหวในรูปแบบขององค์กรและทำให้การต่อต้านกระจายถึงคนในสังคมได้ง่ายขึ้น ในระดับปัจเจกชน การเคลื่อนไหวทำให้ผู้ร่วมกระบวนการเกิดจิตสำนึกของการต่อต้านและหล่อเลี้ยงให้การเคลื่อนไหวต่อเนื่องไปได้

2.5 แนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu

Pierre Bourdieu (1993) อธิบายว่าความเปลี่ยนแปลงทางสังคมนั้นไม่อาจเกิดขึ้นได้หากปราศจากปัจเจกบุคคลเป็นผู้กระทำการขับเคลื่อน อย่างไรก็ตาม Bourdieu ไม่ได้ปฏิเสธพลังของโครงสร้างที่กดดันคนธรรมดาอยู่ หากแต่เขามองว่าโครงสร้างนั้นสามารถยืดหยุ่น ดังนั้นคนธรรมดาคนหนึ่งๆ หรือกลุ่มหนึ่งๆ จะมีบทบาทเป็น “ผู้ถูกกำหนด” หรือย้อนกลับไป “ธำรงรักษา” หรือ “เปลี่ยนแปลง” โครงสร้างของสังคมได้นั้นส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับศักยภาพที่ได้รับจากทุนประเภทต่างๆ เช่น ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ (Bourdieu, 1977, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551, น. 554)

ในการวิเคราะห์ของ Bourdieu “ทุน” หมายถึงทรัพย์สินที่ใช้เพื่อสนับสนุนตนเองในการรักษาตำแหน่งแห่งหนในสังคมรวมถึงเป็น “เงินหน้าตัก” เพื่อนำไปต่อยอดเพิ่มศักยภาพในการต่อสู้กับโครงสร้างของคนธรรมดา ดังนั้น ความหมายของทุนสำหรับ Bourdieu จึงกินความมากไปกว่าทุนเศรษฐกิจ (economic capital) หรือทุนที่ประเมินค่าเป็นตัวเลขหรือเม็ดเงินได้ หากแต่ยังมีความหมายรวมถึง ทุนวัฒนธรรม (cultural capital) ทุนทางสังคม (social capital) และ ทุนสัญลักษณ์ (symbolic capital) โดยแต่ละทุนมีความหมายอันเป็นสาระสำคัญดังนี้

1. ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ศักยภาพหรือสมรรถนะแห่งการกระทำของบุคคล โดยแยกย่อยออกเป็นอีก 3 ประเภท หนึ่ง ทุนที่รวมอยู่ในฮาบิทัส (embodied) สอง ทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปธรรม (objectified) และสาม ทุนที่ถูกทำให้เป็นสถาบัน (institutionalised)

Ref. code: 25615807300040CHL

2. ทุนทางสังคม หมายถึง เครือข่ายทางสังคมซึ่งเราสามารถใช้ความสัมพันธ์ ทั้งที่แนบแน่นและผิวเผิน เหล่านี้เพื่อนำไปแปลงทุนกลายเป็นทรัพยากรทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรมกลับมา

3. ทุนสัญลักษณ์ หมายถึง อะไรก็ตามที่แสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นโดดเด่น หรือแตกต่างจากกลุ่มคนที่เขาอยู่ ทุนประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการได้รับการยอมรับทางสังคม

4. ทุนเศรษฐกิจ หมายถึง ทุนอันได้แก่ความมั่งคั่งที่สะสมไว้ ทุนประเภทนี้เป็นรูปแบบทุนที่มีเหตุมีผล หมายความว่า หนึ่ง สามารถคิดคำนวณเป็นปริมาณแน่นอนได้ สอง สามารถระบุรูปแบบได้ชัดเจน ดังนั้นจึงสามารถศึกษาหรือวิเคราะห์การสะสมทุน การครอบครองทรัพย์สิน การแลกเปลี่ยนและการถ่ายโอน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การต่อสู้ในชีวิตประจำวันผ่านการสื่อสารปากต่อปาก

การศึกษาของพัชณีย์ คำหนัก (2548) เรื่อง รูปแบบการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของกรรมกรไทย: ศึกษากรณีโรงงานในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า การต่อต้านของแรงงานในระดับปัจเจกชนนั้นอาศัยการพูดเป็นเครื่องมือสำคัญ โดยมีตั้งแต่ระดับใช้วาจาระบายอารมณ์โกรธ การพยายามแก้แค้น ล้อเลียนผู้มีอำนาจ หรือขอเจรจาไกล่เกลี่ยความขัดแย้งกับฝ่ายนายจ้างด้วยวิถีทางของตนเอง

การต่อสู้ในรูปแบบแรกคือการคิดและพูดตามสถานการณ์ กรรมกรได้เพียงคิดบ่นในใจและสื่อออกมาเป็นคำพูดเพื่อระบายอารมณ์เฉพาะหน้ากับตัวเองหรือกับเพื่อน กรณีนี้เน้นแสดงเจตนา (intentions) มากกว่าผลสำเร็จ (consequences) คือเป็นการต่อต้านทางความคิด (ideological resistance) เพื่อท้าทายการครอบงำและรักษาความเป็นธรรม การแสดงออกเช่นนี้มีทั้งในรูปแบบการบ่น การขู่ การตะโกนด่า และวิจารณ์ต่อหน้าผู้จัดการ

การต่อสู้ในรูปแบบที่สองคือการคิดและพูดอย่างเป็นขั้นตอน กรรมกรจะตระเตรียมเหตุผลที่จะโต้แย้งด้วยตนเองเพื่อเรียกร้องผลประโยชน์ของตน โดยใช้วิธีการโวยวาย ไล่ถาม วิจารณ์ทางวิทยุ ขู่จะนัดหยุดงาน เจรจาผ่านคณะกรรมการลูกจ้าง ขณะที่การต่อสู้ผ่านการพูดในรูปแบบสุดท้ายคือการพูดที่ขัดแย้งกับตัวเอง กล่าวคือคนงานพูดในสิ่งที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเองเนื่องจากมองว่าสิ่งที่ใจอยากทำเป็นสิ่งที่ไม่สมควรและต้องปิดบัง หรืออีกกรณีหนึ่งคือการเมินเฉยต่อปัญหาที่อยู่ตรงหน้าเพื่อลืมความทุกข์ยากไปชั่วขณะหนึ่ง เช่น เมื่อถูกต่อว่าอย่างหนักหน่วงคนงานอาจพลั้งปากให้สัมภาษณ์ว่า “สักวันหนึ่งอาจระเบิดอารมณ์ออกมา” แต่สักพักก็กลับพูดแย้งตนเองว่า “หรืออาจจะไม่ปล่อยวางฟังเพลง ไม่คิดเรื่องงานดีกว่า”

Ref. code: 25615807300040CHL

ขณะที่งานของ ศิริขวัญ ไผทรักษ์ และ ษัษฐรัมย์ ธรรมบุษดี (2554) ซึ่งทำการศึกษาการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของแรงงานข้ามชาติภายใต้กระแสเสรีนิยมใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบแรงงานข้ามชาติชาวกัมพูชาในสมุทรปราการ และแรงงานข้ามชาติชาวพม่าในภูเก็ตพบว่าเงื่อนไขที่กระตุ้นให้มนุษย์ลุกขึ้นมาต่อสู้ในชีวิตประจำวันอยู่ 3 เงื่อนไข หนึ่งคือการถูกพรากโดยสัมพัทธ์ (Relative Deprivation) โดยจำแนกออกได้สองแบบลงไปอีกคือการเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่นแล้วรู้สึกถึงความไม่ชอบธรรมและการเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับกลุ่มคนอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับตน เป็นพวกเดียวกัน ตัวอย่างเช่น การที่คนงานนำเอาตัวเองไปเปรียบเทียบกับอาชีพอื่นๆ หรือเปรียบเทียบกับผู้ใช้แรงงานชาวไทย สองวิกฤติความชอบธรรม คือความคาดหวังต่อระบบที่จะสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในมิติต่างๆ อาทิการเสียภาษีแลกกับสวัสดิการ การปฏิบัติตามกฎหมายแลกกับสิทธิทางการเมือง รวมถึงการยอมถูกขัดเกลาทางสังคมแลกกับคุณภาพชีวิตที่ ดีขึ้น ซึ่ง Jurgen Habermas (1989) ชี้ให้เห็นว่าระบบทุนนิยมมักล้มเหลวในการสร้างความชอบธรรมต่อตัวปัจเจกชนเมื่อเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจ และสุดท้าย ความทรงจำร่วมของสังคม หมายความถึงการที่ปัจเจกชนสร้างความทรงจำประดิษฐ์ขึ้นผ่านประสบการณ์ตรงหรือการพูดแบบปากต่อปาก ซึ่งสามารถพัฒนาสู่สำนึกทางชนชั้นต่อไปได้

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษา การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน ผู้วิจัยเน้นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านการศึกษาแบบภาพตามขวาง (Cross-sectional Studies) กล่าวคือ ศึกษาว่าการพูดปากต่อปากซึ่งถูกสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัลสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้หรือไม่ หากเปลี่ยนแปลงได้จะเกิดความเปลี่ยนแปลงถึงระดับใด การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยระดับจุลภาค (microscopic) โดยการศึกษาผ่าน 4 หัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาเบื้องต้นและบริบทของเหตุการณ์ ประกอบด้วย ก่อนเหตุการณ์ ระหว่างเกิดเหตุการณ์ หลังเหตุการณ์ และผลสำเร็จของการต่อสู้
2. อุบายและยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย อุบายของฝ่ายผู้มีอำนาจน้อย และยุทธศาสตร์ของกลุ่มผู้มีอำนาจมากกว่า
3. การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล ประกอบด้วย ผู้กระทำการ ลักษณะการเคลื่อนไหว อุบายการสร้างสรรค์สาร และจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคม
4. สถานะและอำนาจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับเหตุการณ์ ประกอบด้วย ทุนของผู้มีอำนาจน้อยที่ช่วยเหลือให้การต่อสู้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยเห็นว่าการศึกษาเชิงคุณภาพจะช่วยอธิบายภาพรวมของการสื่อสารปากต่อปากในแต่ละพื้นที่ได้อย่างละเอียด ขณะเดียวกันยังช่วยเปิดเผยความสัมพันธ์ระหว่างการพูดปากต่อปากบนโลกดิจิทัลกับการต่อสู้ในชีวิตประจำวันอย่างชัดเจน

3.1 เกณฑ์การคัดเลือกกรณีศึกษา

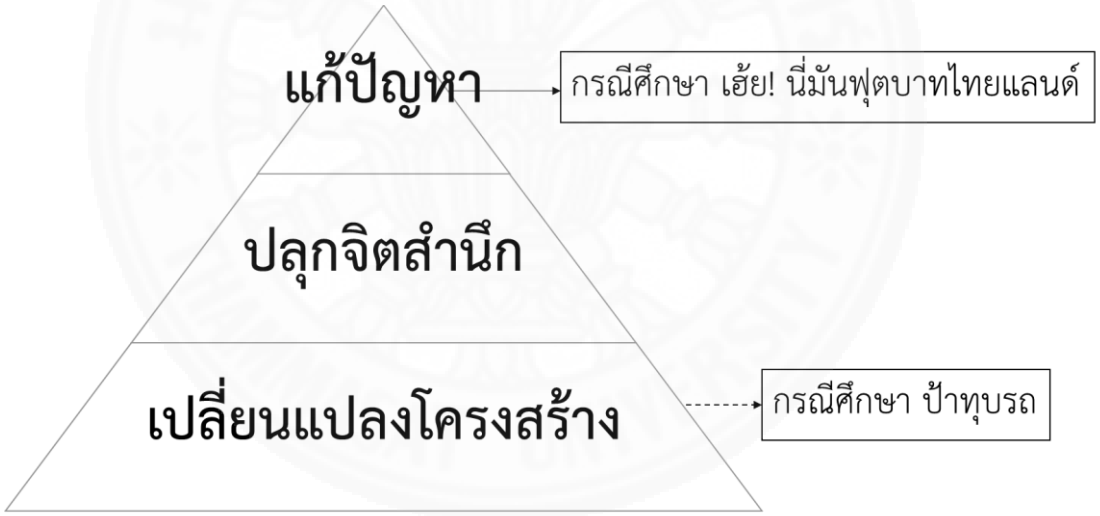
เมื่อพูดถึงความสำเร็จของการเคลื่อนไหวทางสังคมแล้ว นักวิชาการต่างยอมรับตรงกันว่าความสำเร็จนี้มีระดับที่แตกต่างกันมากมายเกินกว่าจะนิยามว่าแบบใดจึงเรียกว่า “ความสำเร็จ” และแบบใดเรียกว่า “ความล้มเหลว” (Jerkins & Form 2006) อย่างไรก็ตาม Amenta et al. (2004) มองว่าผลลัพธ์ของการขับเคลื่อนที่ทุกสังคมปรารถนาคือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมทั้งแก่สถาบันกฎหมาย สถาบันการเมือง หรือหน่วยงานราชการต่างๆ นอกจากนั้นยังอาจเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมคือความคิด การกระทำ รวมถึงจิตสำนึกของผู้คน หากไม่เกิดความเปลี่ยนแปลงดังว่าอย่างน้อยที่สุดการเคลื่อนไหวทางสังคมก็ควรปัดเป่าความเดือดร้อนออกไปได้ ด้วยนิยามดังกล่าว ผู้วิจัย

Ref. code: 25615807300040CHL

จึงสร้างเป็นเกณฑ์การเลือกกรณีศึกษาเป็น “ความสำเร็จของการเคลื่อนไหว” ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ

1. แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนที่คนธรรมดากำลังเผชิญอยู่ได้
2. ปลุกจิตสำนึกแห่งการต่อต้านแก่คนธรรมดา
3. สั่นคลอนหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม

เพื่อตอบจุดประสงค์การวิจัยว่าการเคลื่อนไหวผ่านการพูดปากต่อปากลักษณะใดสามารถผลักดันการต่อสู้ให้ประสบความสำเร็จได้ถึงระดับใด ผู้วิจัยจึงเลือกกรณีศึกษา “ป้าทุบรถ” ซึ่งเป็นตัวแทนของความสำเร็จทั้ง 3 ขั้น ตั้งแต่การแก้ปัญหาความเดือดร้อน ปลูกจิตสำนึกแห่งการต่อต้าน และสั่นคลอนหรือเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม (ดังระบุไว้ในบทที่ 4.1. หัวข้อย่อย “ความสำเร็จของกรณีศึกษา”) ขณะที่เลือกกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เพื่อเป็นตัวแทนของความสำเร็จเพียงขั้นที่ 1 คือการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนที่คนธรรมดากำลังเผชิญ (ดังระบุไว้ในบทที่ 5.1 หัวข้อย่อย “ความสำเร็จของกรณีศึกษา”) ดังแสดงเป็นแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 เกณฑ์การเลือกกรณีศึกษา

ทั้งนี้กรณีศึกษาที่ผู้วิจัยหยิบยกมาศึกษาคือ ป้าทุบรถ และ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นมีความแตกต่างกันในหลายมิติ ดังนั้นจึงเห็นควรแจกแจงขั้นตอนการศึกษาแยกเป็นสองส่วนตามกรณีศึกษาดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

3.2.1 กรณีศึกษาที่ 1: ป้าทุบรถ

3.2.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างซึ่งผู้วิจัยสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) อาจแบ่งออกเป็นสองลักษณะคือ หนึ่ง กลุ่มข้อมูลจากองค์กรสื่อสารมวลชน ได้แก่ เนื้อหาข่าว ภาพประกอบ วิดีโอ คอลัมน์วิเคราะห์ ฯลฯ ซึ่งถูกนำเสนอโดยองค์กรข่าวที่มีการจัดตั้งและทำงานอย่างเป็นระบบ สอง กลุ่มข้อมูลจากสื่อสารมวลชนที่ไม่เป็นทางการ ได้แก่ เนื้อหาข่าว ภาพประกอบ วิดีโอ ความคิดเห็น ภาพล้อเลียน ฯลฯ ซึ่งถูกนำเสนอผ่านสื่อสารมวลชนที่ผู้ใช้เป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาได้เอง (user generated content) เช่น โซเชียลมีเดีย กระทู้ บล็อก ฯลฯ จากนั้นผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ต่อไป

ตัวอย่างพื้นที่การศึกษา

(1) กลุ่มข้อมูลจากองค์กรสื่อสารมวลชน

ผู้วิจัยจัดว่าข้อมูลซึ่งนำมาจากการนำเสนอของสื่อสารมวลชนที่จัดตั้งเป็นองค์กร และมีรูปแบบการทำงานเป็นระบบอยู่ในกลุ่มนี้ ไม่ว่าสื่อสารมวลชนนั้นจะเผยแพร่ข้อมูลของตนเองบนสื่อลักษณะใดก็ตาม (เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อเว็บไซต์ สื่อโซเชียลมีเดีย ฯลฯ)

สำนักข่าวกระแสหลักถือเป็นอีกแหล่งข้อมูลจากองค์กรสื่อสารมวลชนที่ผู้วิจัยใช้เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวที่เกี่ยวข้องกับความเดือดร้อนบนท้องถนน ข้อเด่นของสำนักข่าวกระแสหลักที่ขึ้นมาเผยแพร่ข่าวบนโลกดิจิทัลด้วยนั้นคือระบบการทำงานที่น่าเชื่อถือ และชื่อเสียงขององค์กรข่าวที่สะสมมานาน ผู้วิจัยถือว่าข้อมูลที่สำนักข่าวออนไลน์นำเสนอเป็นตัวแทนของการสื่อสารยุคมุขปาฐะอันดับสอง (secondary orality) หรือยุคสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Walter J. Ong เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอ การคัดเลือกประเด็นข่าว และการปฏิสัมพันธ์ทางเดียวกับผู้รับสารมีลักษณะใกล้เคียงกับการนำเสนอข่าวสารของสื่อสารมวลชนยุคมุขปาฐะอันดับสองมาก

ตัวอย่างของสำนักข่าวกระแสหลักคือ ข่าวสดออนไลน์ ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 3.2 ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ ข่าวสดออนไลน์

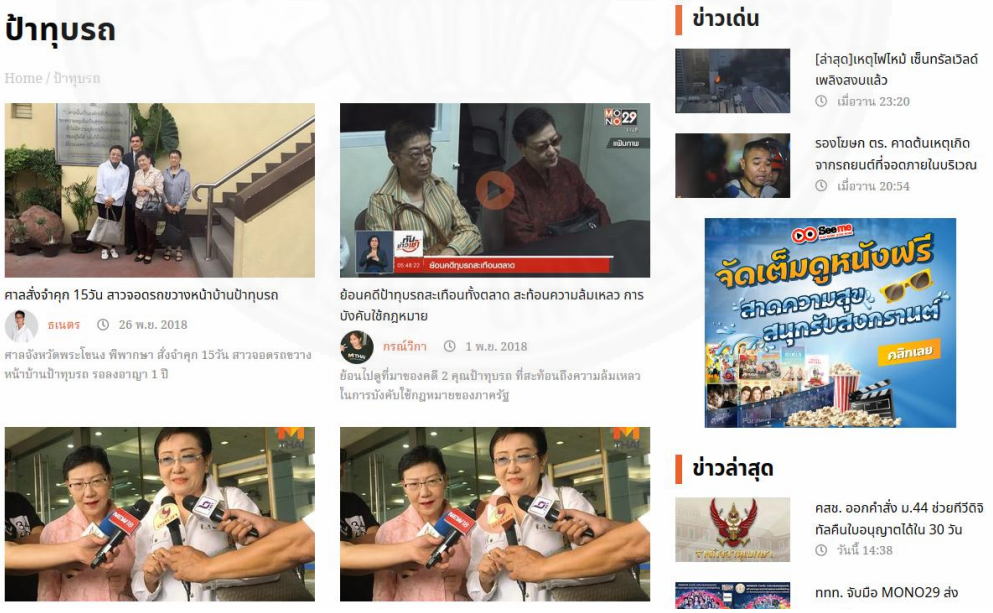
ภาพที่ 3.3 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ ข่าวสดออนไลน์

ลักษณะ: “ข่าวสดออนไลน์” เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนในเครือบริษัทมติชน จำกัด (มหาชน) นำเสนอข่าวสารที่เป็นประเด็นสาธารณะผ่านช่องทางสื่อหลากหลายช่องทาง เช่น

หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย ฯลฯ จุดยืนของการนำเสนอข่าวที่ระบุไว้ในเพจเฟซบุ๊กคือ “...สร้างชื่อโดดเด่นเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้อ่านในบทบาท “หมาเฝ้าบ้าน” ที่คอยติดตามตรวจสอบเหตุการณ์ความเป็นไปในสังคมและปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนอย่างชนิด “กัดไม่ปล่อย” นอกจากนี้ยังนำเสนอเนื้อหาข่าว บทความ สารคดี ที่หลากหลาย ตามสโลแกน “ครบทุกรส สดทุกเรื่อง” ดังนั้น จึงเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ข่าวที่นำเสนอและติดตามกรณี ป้าทุบรถ อย่างเข้มข้น

อีกลักษณะขององค์กรสื่อสารมวลชนที่ผู้วิจัยนำข้อมูลมานำเสนอและวิเคราะห์ด้วยนั้นคือสำนักข่าวที่ตั้งรกรากและเติบโตบนพื้นที่ดิจิทัลเป็นหลัก สำนักข่าวออนไลน์เหล่านี้มีข้อเด่นในความเท่าทันต่อเหตุการณ์ และ “ความกล้าหาญ” ในการกำหนดวาระ (agenda setting) ต่อประเด็นใหม่ๆ ที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกฝ่ายผู้มีอำนาจคุกคาม อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังถือว่าข้อมูลที่สำนักข่าวออนไลน์นำเสนอเป็นตัวแทนของการสื่อสารยุคมุขปาฐะอันดับสอง (secondary orality) หรือยุคสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Walter J. Ong เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอ การคัดเลือกประเด็นข่าวและการปฏิสัมพันธ์ทางเดียวกับผู้รับสารมีลักษณะใกล้เคียงกับนำเสนอข่าวของสื่อสารมวลชนในยุคมุขปาฐะอันดับสองมาก

ตัวอย่างของสำนักข่าวออนไลน์ได้แก่ Mthai.com



ภาพที่ 3.4 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ Mthai

ภาพที่ 3.5 ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ Mthai

ลักษณะ: Mthai.com เขียนอธิบายเว็บไซต์ของตนเองในหน้า “เกี่ยวกับ” ของเว็บไซต์ไว้ว่าบริษัทก่อตั้งเมื่อปี 2541 เป็นเว็บไซต์ประเภทข่าวและสื่อ เริ่มจากการทำนิตยสารแต่ต้องการขยายตลาดไปยังคนไทยในต่างประเทศจึงริเริ่มทำนิตยสารออนไลน์ก่อนพัฒนากลายเป็นเว็บไซต์ออนไลน์อย่างทุกวันนี้ จุดยืนของ Mthai.com คือ “...นำเสนอเนื้อหาหลักเป็นแนว วาไรตี้ ทั้งด้าน สาระ กีฬา บันเทิง และความสวยความงาม เป็นต้น” ตามคอนเซปต์ของเว็บไซต์ที่ว่า “Mthai อัพเดททุกเรื่องฮิต เกาะติดทุกกระแส” ดังนั้นจึงเป็นหนึ่งในเว็บไซต์ข่าวที่นำเสนอและติดตาม กรณีป้าทุบรถ อย่างเข้มข้น

(2) กลุ่มข้อมูลจากสื่อสารมวลชนที่ไม่เป็นทางการ

ผู้วิจัยจัดข้อมูลที่ได้จากสื่อสารมวลชนที่ไม่ได้จัดตั้งในรูปแบบองค์กรและไม่มีระบบการทำงานอย่างทางการอยู่ในหมวดนี้ ทั่วไปแล้วสื่อมวลชนที่ไม่เป็นทางการเหล่านี้มักเริ่มจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งมารวมตัวเพื่อนำเสนอประเด็นเฉพาะผ่านพื้นที่ดิจิทัล เช่น โซเชียลมีเดีย บล็อก หรือแม้กระทั่งเว็บไซต์

ด้วยธรรมชาติของข้อมูลบนโลกดิจิทัลซึ่งมีลักษณะกระจัดกระจาย ไม่เป็นระบบ และไม่สามารถติดตามได้อย่างชัดเจนว่าใครเป็นผู้นำเสนอข้อมูลเหล่านั้น กลุ่มสื่อสารมวลชนไม่เป็นทางการเหล่านี้จึงมี “ความกล้าหาญ” ในการนำเสนอประเด็นข่าวสารที่ท้าทายอำนาจการกำหนดวาระ (agenda setting) ของสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ความสร้างสรรค์ในการนำเสนอประเด็น และ

การดัดแปลงข่าวสารให้เข้ากับรสนิยมในการเสพสื่อของผู้รับสาร นอกจากนั้นสื่อสารมวลชนกระแสรองเหล่านี้ยังมักเปิดพื้นที่ให้ผู้รับสารเข้ามาร่วมแสดงทัศนะและขับเคลื่อนประเด็นอย่างมีประสิทธิภาพ มีลักษณะเข้าใกล้ความเป็นพื้นที่สาธารณะที่ผู้คนสามารถเข้ามาถกเถียงด้วยเหตุผล ดังนั้นผู้วิจัยจึงนับข้อมูลจากสื่อกระแสรองเหล่านี้ว่าเป็นตัวแทนการสื่อสารของยุคมุขปาฐะดิจิทัล (digital orality) ตามแนวคิดของ Walter J. Ong ตัวอย่างของเพจเครือข่ายสังคมออนไลน์คือ เพจ อีจัน

ภาพที่ 3.6 ตัวอย่างหน้าเว็บไซต์ อีจัน

ภาพที่ 3.7 ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ อีจัน

ลักษณะของเพจ: อีจัน เขียนอธิบายเพจของตนเองไว้ในหัวข้อ “เกี่ยวกับ” บนเพจเฟซบุ๊กสรุปความได้ว่า เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2559 เพจอีจันเกิดจากการรวมตัวของนักข่าวอาชญากรรมที่มีประสบการณ์ทำข่าวคดีมายาวนานกว่า 20 ปี และเกิดความไม่พอใจที่เห็นความอยุติธรรมเกิดขึ้นในสังคมอย่างแพร่หลายจึงตัดสินใจรวมตัวกันเพื่อตีแผ่ความจริงที่เป็นธรรมโดยปราศจากผลประโยชน์ทับซ้อน จุดยืนของเพจคือ “...เป็นเพจที่ประกาศ แต่เรื่องจริง และมุ่งมั่นในการสร้างความรู้ทันต่อทุกกลโกง และความไม่เป็นธรรมในทุกรูปแบบของสังคม” ปัจจุบันเพจ อีจัน มียอดผู้ติดตามกว่า 8.1 ล้านคนบนเฟซบุ๊ก

ด้วยจุดยืนและลักษณะการนำเสนอข่าวที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงนำข่าวเกี่ยวข้องกับป้าทุบรถ จากเพจ อีจัน มาศึกษาเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาต่อไป

นอกจากนั้นยังมีฐานข้อมูลออนไลน์อื่นๆ ที่ผู้วิจัยใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกรณี ป้าทุบรถ อีก เช่น บล็อก (Blog) กระทู้ (webboard) เว็บวิดีโอออนไลน์ (video hosting service) และอื่นๆ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์อื่นๆ จุดเด่นของข้อมูลเหล่านี้คือความเป็นตัวแทนความคิดเห็น (opinion) การตอบกลับ (feedback) และข้อมูลที่ผู้ใช้สร้างสรรค์ขึ้น (user-generated content) จากคนธรรมดาที่รับสารและเข้าร่วมการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน ตัวอย่างของฐานข้อมูลอื่นๆ มีดังต่อไปนี้

ภาพที่ 3.8 ตัวอย่างกระทู้บนเว็บบอร์ด Pantip

ภาพที่ 3.9 ตัวอย่างรายการวาไรตี้บน YouTube

3.2.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กรณีศึกษา ป้าทุบรถ นี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาว่าการพูดปากต่อปากผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยเฉพาะช่องทางการสื่อสารดิจิทัลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้หรือไม่ หากเปลี่ยนแปลงได้จะเกิดความเปลี่ยนแปลงถึงระดับใด เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) โดยคัดเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกรณี ป้าทุบรถ จากสื่อมวลชนกระแสหลัก ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2561-31 พฤษภาคม 2561 โดยผู้วิจัยแบ่งหลักฐานออกเป็น 2 ประเภท อันได้แก่

(1) ข้อมูล เอกสาร และหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์อันได้แก่ ความเป็นมาเบื้องต้นของเหตุการณ์ อุบายและยุทธศาสตร์ การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล รวมถึงสถานะและอำนาจของกลุ่มผู้ถูกเอาเปรียบ เป็นหลักในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา ป้าทุบรถ ผ่านสื่อสารมวลชนที่เป็นทางการและสื่อสารมวลชนที่ไม่เป็นทางการ

(2) ข้อมูลบริบทแวดล้อมของกรณีศึกษา

เพื่อให้การวิเคราะห์เกิดขึ้นอย่างแม่นยำและเฉียบคม ผู้วิจัยจึงรวบรวมเอกสารข้อมูลด้านบริบทและสภาพแวดล้อมด้านเหตุการณ์สังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข่าวลือหรือการซุบซิบตั้งแต่เกิดเรื่องจนถึงขั้นคลี่คลายมาใช้ประกอบเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษา ป้าทุบรถ

3.1.2 กรณีศึกษาที่ 2: “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

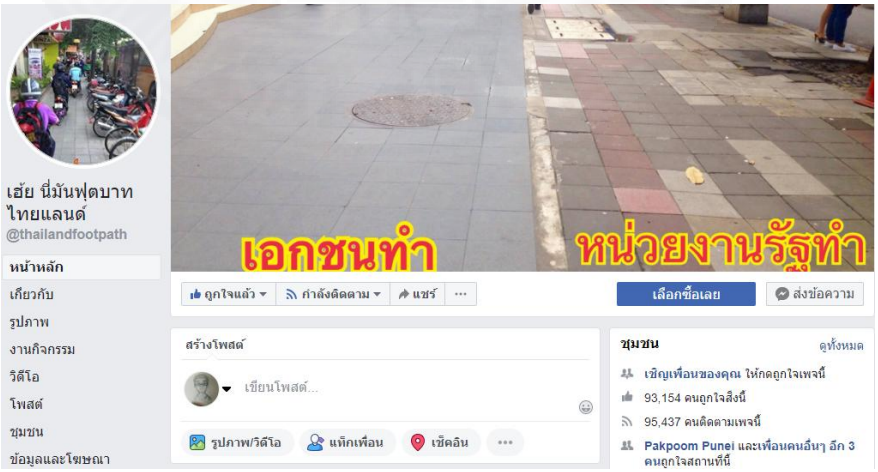
3.1.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นเริ่มต้นการนำเสนอเนื้อหาจาก แอดมินเพจ ซึ่งเป็นผู้ดูแลและนำเสนอข้อมูลทางเพจที่ผู้วิจัยศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องตั้งต้นการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) ต่อเนื้อหาสองลักษณะคือ หนึ่ง เนื้อหาข่าว ภาพประกอบ วิดีโอ ความคิดเห็น ภาพล้อเลียน ฯลฯ ซึ่งถูกนำเสนอในเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ทั้งที่ถูกนำเสนอโดยแอดมินและผู้ติดตามคนอื่นๆ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลและเนื้อหาจากส่วนแรกนี้มาใช้เป็นฐานหลักสำหรับการศึกษา จากนั้นจึงหาข้อมูลสนับสนุนจากสื่อสารมวลชนกระแสรองอื่นๆ เพื่อสนับสนุนความคิดและประการวิเคราะห์ สอง เนื้อหาข่าว ภาพประกอบ วิดีโอ คอลัมน์วิเคราะห์ ความคิดเห็น ภาพล้อเลียน ฯลฯ ซึ่งถูกนำเสนอโดยสื่อมวลชนกระแสหลักและสื่อสารมวลชนออนไลน์ที่เป็นทางการ นอกเหนือจากเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทั้งสองส่วนนี้เพื่อการวิเคราะห์อันนำไปสู่การบรรลุจุดประสงค์การวิจัย

ตัวอย่างพื้นที่การศึกษา

(1) สื่อมวลชนที่ไม่เป็นทางการ

ดังที่กล่าวมา ผู้วิจัยตั้งต้นการศึกษาจากการสำรวจเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ซึ่งเป็นเพจที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการรายงานข่าวความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นบนท้องถนน ข้อมูลของเครือข่ายสังคมออนไลน์ถือเป็นตัวแทนของการสื่อสารของยุคมุขปาฐะดิจิทัล (digital orality) ตามแนวคิดของ Walter J. Ong ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

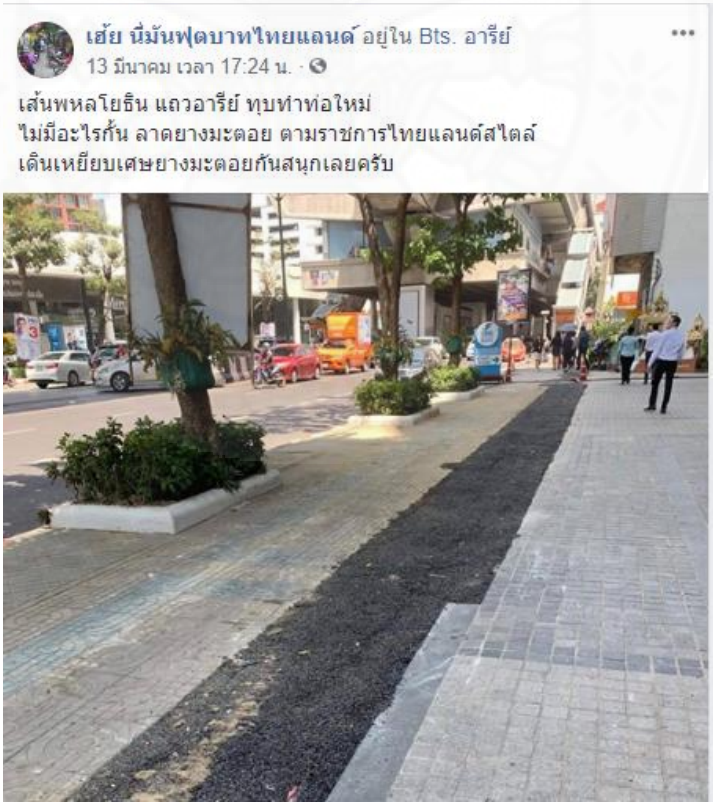


ภาพที่ 3.10 ตัวอย่างเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

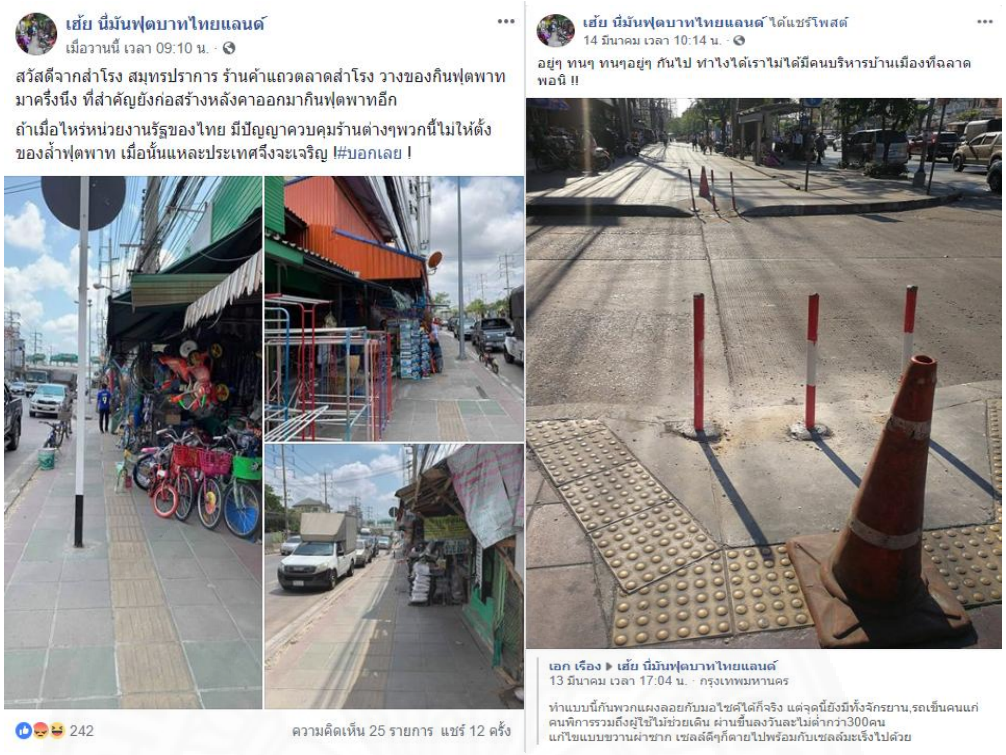
ลักษณะของเพจ: “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เป็นเพจบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค ถูกสร้างขึ้นในเดือนกันยายน 2559 ปัจจุบันมีผู้ติดตามราว 9.5 หมื่นคน ผู้ดูแล (แอดมิน) กล่าวถึงจุดยืนของเพจจากการให้สัมภาษณ์ Friendly Design (2560) ไว้ว่า หนึ่ง ต้องเกี่ยวกับบาทวิถีเป็นหลักเพราะพื้นที่บนบาทวิถีมีประเด็นหลากหลาย ตั้งแต่ ความด้อยประสิทธิภาพในการสร้างบาทวิถีของหน่วยงานรัฐ พ่อค้าแม่ค้าหาบเร่ยึดครองพื้นที่ มอเตอร์ไซค์ขับขี่บนบาทวิถี และสุดท้ายคือความลำบากของคนพิการ สอง ต้องการกระตุ้นให้คนเข้ามามีส่วนร่วมและเปลี่ยนความคิดของสังคมว่าบาทวิถีของไทยนั้นมีความผิดปกติ ไม่เหมือนต่างประเทศที่พัฒนาแล้ว เลยต้องมีคำว่า “เฮ้ย” ที่แสดงความตกใจและเป็นที่มาของชื่อเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

“แสดงให้เห็นว่าฟุตปาธของไทยเวลาเจอสิ่งแย่ๆ มันต้องร้อง เฮ้ย! ฟุตบาทแบบนี้มีเฉพาะที่ไทยแลนด์เท่านั้น” (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2560)

ประเด็นหลักที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นำเสนอเกี่ยวข้องกับความเดือดร้อนบนบาทวิถี 3 รูปแบบได้แก่ บาทวิถีชำรุด ความเดือดร้อนจากชนชั้นล่าง และความเดือดร้อนของคนพิการ ดังต่อไปนี้



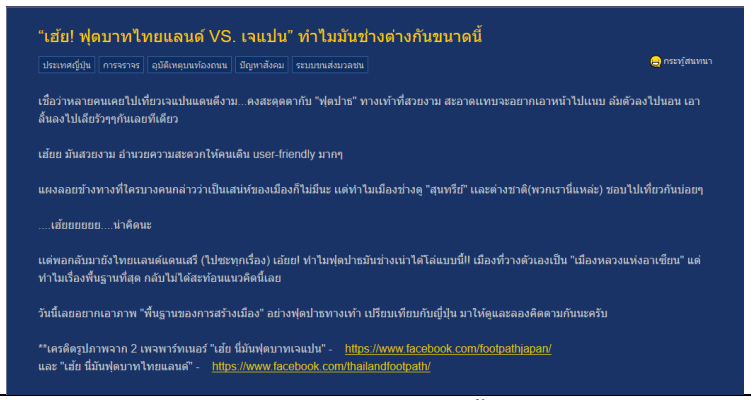
ภาพที่ 3.11 โพสต์ตัวอย่างของ บาทวิถีชำรุด



ภาพที่ 3.12 โพสต์ความเดือดร้อนจากชนชั้นล่าง (ซ้าย) และ ความเดือดร้อนของคนพิการ (ขวา)

โพสต์เกี่ยวกับ บาทวิถีชำรุด วิพากษ์วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานราชการที่ลาดยางมะตอยลงบนพื้นถนนจนทำให้ประชาชนที่สัญจรไปมาได้รับความเดือดร้อน ขณะที่โพสต์ ความเดือดร้อนจากชนชั้นล่าง แอดมินวิจารณ์หน่วยงานราชการที่ปล่อยให้ร้านค้าวางสินค้าเลยพื้นที่บาทวิถีสาธารณะออกมา และโพสต์ ความเดือดร้อนของคนพิการ วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานราชการที่สร้างเสากั้นมอเตอร์ไซค์ที่ไม่คำนึงถึงผู้สัญจรที่เป็นผู้พิการ

นอกจากนั้นยังมีข่าวสารจากสื่อกระแสรองอื่นๆ ที่ผู้วิจัยใช้เพื่อสำรวจบริบทและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น อาทิเช่น กระทู้บนเว็บไซต์ pantip.com ซึ่งถือเป็นข้อมูลที่ผู้ใช้สร้างสรรค์ขึ้นเอง (user-generated content) ที่บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวข้องกับเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์



"เฮ้ย! ฟุตบาทไทยแลนด์ VS. เจแปน" ทำไมมันช่างต่างกันขนาดนี้

กระทู้สนทนา ประเทศญี่ปุ่น การจราจร อุบัติเหตุบนท้องถนน ปัญหาสังคม ระบบขนส่งมวลชน

เชื่อว่าหลายคนเคยไปเที่ยวเจแปนแดนดีงาม...คงสะดุดตากับ "ฟุตปาธ" ทางเท้าที่สวยงาม สะอาดแทบจะอยากเอาหน้าไปแนบ ล้มตัวลงไปนอน เอาลิ้นลงไปเลียรัวๆๆกันเลยทีเดียว

เฮ้ยย มันสวยงาม อำนวยความสะดวกให้คนเดิน user-friendly มากๆ

แผงลอยข้างทางที่ใครบางคนกล่าวว่าเป็นเสน่ห์ของเมืองก็ไม่มีนะ แต่ทำไมเมืองช่างดู "สุนทรีย์" และต่างชาติ(พวกเรานี่แหล่ะ) ชอบไปเที่ยวกันบ่อยๆ

....เฮ้ยยยยยย....น่าคิดนะ

แต่พอกลับมายังไทยแลนด์แดนเสรี (ไปซะทุกเรื่อง) เอ้ยย! ทำไมฟุตปาธมันช่างเน่าได้โล่แบบนี้!! เมืองที่วางตัวเองเป็น "เมืองหลวงแห่งอาเซียน" แต่ทำไมเรื่องพื้นฐานที่สุด กลับไม่ได้สะท้อนแนวคิดนี้เลย

วันนี้เลยอยากเอาภาพ "พื้นฐานของการสร้างเมือง" อย่างฟุตปาธทางเท้า เปรียบเทียบกับญี่ปุ่น มาให้ดูและลองคิดตามกันนะครับ

**เครดิตรูปภาพจาก 2 เพจพาร์ทเนอร์ "เฮ้ย นี่มันฟุตบาทเจแปน" - https://www.facebook.com/footpathjapan/

และ "เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์" - https://www.facebook.com/thailandfootpath/

ภาพที่ 3.13 ตัวอย่างเนื้อหาเกี่ยวกับเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ จาก pantip.com

(2) สื่อมวลชนที่เป็นทางการ

ผู้วิจัยจัดว่าสำนักข่าวซึ่งมีการดำเนินงานในรูปแบบองค์กร มีการนำเสนอเนื้อหาอย่างเป็นระบบ เป็นสื่อมวลชนที่เป็นทางการ และใช้เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวที่เกี่ยวข้องกับความเดือดร้อนบนท้องถนนมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ ข้อเด่นของสำนักข่าวออนไลน์คือการจัดระบบเนื้อหาข่าว และง่ายต่อการติดตามย้อนหลัง ทั้งนี้ ผู้วิจัยถือว่าข้อมูลที่สำนักข่าวออนไลน์นำเสนอเป็นตัวแทนของการสื่อสารยุคมุขปาฐะอันดับสอง (secondary orality) หรือยุคสื่อมวลชนตามแนวคิดของ Walter J. Ong เนื่องจากรูปแบบการนำเสนอ การคัดเลือกประเด็นข่าว และการปฏิสัมพันธ์ทางเดียวกับผู้รับสารมีลักษณะใกล้เคียงกับการนำเสนอข่าวสารของสื่อสารมวลชนยุคมุขปาฐะอันดับสองมาก

ตัวอย่างของสำนักข่าวออนไลน์คือ ไทยรัฐออนไลน์ ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

ภาพที่ 3.14 ตัวอย่างของข่าวไทยรัฐออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

ลักษณะของเว็บไซต์: ไทยรัฐออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งจากข้อมูลในหน้า “เกี่ยวกับ” บนเว็บไซต์ระบุว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐถือเป็นสิ่งพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงที่สุดในประเทศไทย มีจุดยืนในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับ “...ข่าวล่าสุด กีฬา บันเทิง สุขภาพ กิน เที่ยว หวย ดวง คอลัมน์ ละคร” ไทยรัฐออนไลน์จึงเป็นอีกหนึ่งสำนักข่าวที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ซึ่งตรงกับสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

3.1.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นี้ใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาว่าการพูดปากต่อปากผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยเฉพาะช่องทางการสื่อสารดิจิทัล ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้หรือไม่ หากเปลี่ยนแปลงได้จะเกิดความเปลี่ยนแปลงถึงระดับใด เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) เนื่องจากเนื้อหาภายในเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” แม้มีจำนวนมากแต่มีรูปแบบที่ซ้ำซ้อนกัน จึงเลือกรูปแบบการนำเสนอที่เป็นตัวแทนของแต่ละกลุ่มมาศึกษา และเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มีนาคม 2561-31 พฤษภาคม 2561 ทั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งหลักฐานออกเป็น 2 ประเภท อันได้แก่

(1) ข้อมูล เอกสาร และหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์อันได้แก่ ความเป็นมาเบื้องต้นของเหตุการณ์ อุบายและยุทธศาสตร์ การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล รวมถึงสถานะและอำนาจของกลุ่มผู้ถูกเอาเปรียบ เป็นหลักในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ผ่านสื่อสารมวลชนที่เป็นทางการและสื่อสารมวลชนที่ไม่เป็นทางการ

(2) ข้อมูลบริบทแวดล้อมของกรณีศึกษา

เพื่อให้การวิเคราะห์เกิดขึ้นอย่างแม่นยำและเฉียบคม ผู้วิจัยจึงรวบรวมเอกสารข้อมูลด้านบริบทและสภาพแวดล้อมด้านเหตุการณ์สังคม เศรษฐกิจ การเมือง รวมถึงเอกสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข่าวลือหรือการซุบซิบตั้งแต่เกิดเรื่องจนถึงขั้นคลี่คลายมาใช้ประกอบเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ หลังจากเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ข้อมูลทั้งหมดจะถูกเชื่อมโยงกับปัญหานำวิจัยในแต่ละข้อเพื่อนำไปสู่การตอบคำถามว่าการพูดปากต่อปากซึ่งถูกสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัลสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้หรือไม่ หากเปลี่ยนแปลงได้จะเกิดความเปลี่ยนแปลงถึงระดับใด

เบื้องต้น ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และข้อมูลแวดล้อมต่างๆ ทั้งหมดเพื่อสร้างเกณฑ์ในการวิเคราะห์การสื่อสารแบบปากต่อปากที่มีผลต่อการต่อสู้ในชีวิตประจำวันอันนำไปสู่ความเข้าใจบริบทของเหตุการณ์ที่เกิดรายล้อมกรณีศึกษาและการตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นจึงนำเกณฑ์และความเข้าใจทั้งหมดลงเก็บข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) บนจากสื่อสารมวลชนที่เป็นทางการและสื่อสารมวลชนที่ไม่เป็นทางการ สุดท้าย ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) และการวิเคราะห์เชิงสัญญะ (semiotic analysis) ให้สอดคล้องกับเกณฑ์การวิเคราะห์ที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยและสภาพปรากฏการณ์จริงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาแบบกรณีศึกษา (case study) เปรียบเทียบระหว่างกรณีศึกษา 2 กรณีคือ ป้าทุบรถ และ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษารายงานข่าวของสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (สำนักข่าวดั้งเดิม) ควบคู่กับรายงานข่าวจากพื้นที่ดิจิทัล (เว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ กระทู้ข่าว บล็อก และอื่นๆ) เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่สารปากต่อปากและอุบายเกิดขึ้นและข้อมูลเพียงพอเพื่อการวิเคราะห์ปรากฏการณ์

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล นำข้อมูลจากแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือ (สำนักข่าวดั้งเดิม หน่วยงานราชการ) ควบคู่กับข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้ที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้ชัดเจนบนโลกดิจิทัล ซึ่งเกี่ยวข้องและเพียงพอในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ ทั้งนี้ Michel de Certeau (1988) ระบุว่า กลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อสู้ต่อรองกับโครงสร้างต้องคงสถานะความเป็นบุคคลไร้ตัวตน (anonymous) เพื่อหนีพ้นจากการลงโทษของฝ่ายโครงสร้าง จึงไม่ประสงค์เปิดเผยตัวเพื่องานวิจัย

3. ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยแจกแจงกรอบเวลาและกระบวนการทำงานวิจัยดังนี้

กรณีศึกษา ป้าทุบรถ

3.1 เก็บข้อมูลตั้งแต่แรกเกิดเหตุการณ์ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2561 จนถึงวันที่ศาลปกครองตัดสินให้กลุ่มผู้ต่อต้านชนะคดีและตลาดต้องย้ายออกไป วันที่ 20 พฤษภาคม 2561 รวมเวลา 4 เดือน

3.2 วิเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน 2561 จนถึงวันที่ 20 กรกฎาคม 2561 รวมเวลา 4 เดือน

3.3 นำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับอีกกรณีศึกษา สรุปและอภิปรายผลตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2561 จนถึงวันที่ 20 ตุลาคม 2561 รวมเวลา 4 เดือน

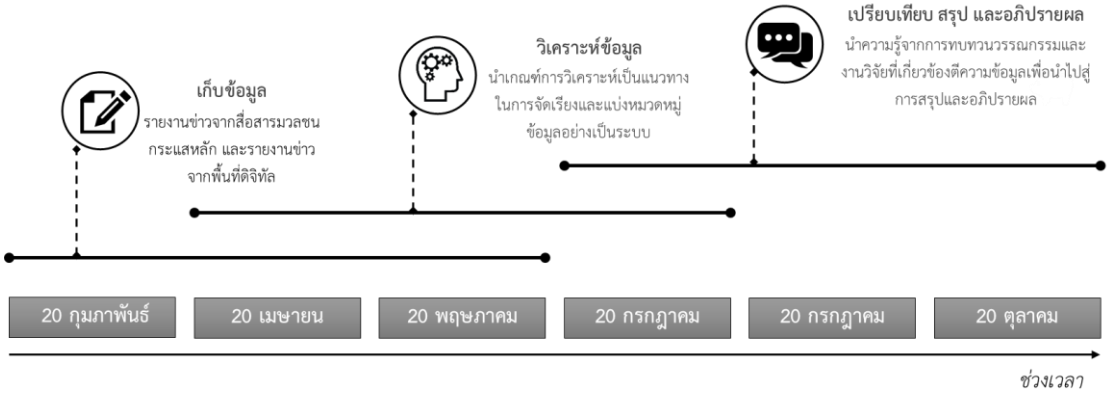
กรณีศึกษา เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

3.4 เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2561 จนถึงวันที่ 20 พฤษภาคม 2561 รวมเวลาราว 4 เดือน เพื่อให้ผู้วิจัยมองเห็นภาพรวมระหว่างกรณีศึกษาทั้งสองและสามารถเก็บข้อมูลได้แม่นยำขึ้น

3.5 วิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 20 เมษายน 2561 จนถึงวันที่ 20 กรกฎาคม 2561 รวมเวลา 4 เดือน

3.6 นำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับอีกกรณีศึกษา สรุปและอภิปรายผลตั้งแต่วันที่ 20 กรกฎาคม 2561 จนถึงวันที่ 20 ตุลาคม 2561 รวมเวลา 4 เดือน

Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 3.15 แสดงกรอบเวลาการทำวิจัย

3.4 เกณฑ์การวิเคราะห์

ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องการสื่อสารแบบปากต่อปาก ผนวกกับแนวคิดสำนักเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดของ Walter J. Ong และ Joshua Meyrowitz แนวคิดเรื่องการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของ Michel Michel de Certeau และ James C. Scott แนวคิดเรื่องการเคลื่อนไหวดิจิทัลของ Leah Lievrouw และแนวคิดเรื่องทุนของ Pierre Bourdieu มารวบรวมเพื่อสร้างเป็นเกณฑ์การวิจัยสำหรับการวิเคราะห์ดังนี้

1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก หมายถึง การสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่ผู้ส่งสารอาจมีหรือไม่มีเจตนาในการแพร่กระจายข่าวสารออกไปโดยไม่อ้างอิงหลักฐานอันน่าเชื่อถือและไม่มีกระบวนการพิสูจน์ความจริง การสื่อสารแบบปากต่อปากซึ่งหมายรวมถึง ข่าวลือ การซุบซิบนินทา และเรื่องเล่าต่อๆ กัน มีลักษณะที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1.1 วงจรชีวิต

การสื่อสารปากต่อปากประกอบด้วยวงจรชีวิต 3 ระยะคือ หนึ่ง การกำเนิด หรือช่วงเวลาที่ข่าวสารเริ่มก่อรูปขึ้น สอง การผจญภัย หรือช่วงเวลาที่ข่าวสารถูกบิดเบือนอุบายบางอย่าง และ สาม การตาย หรือช่วงเวลาที่ข่าวสารสิ้นสุดการแพร่กระจายและเลือนหายไปจากการพูดคุย แต่ในบางโอกาสอาจฟื้นคืนกลับมาได้

1.2 อำนาจและหน้าที่

อำนาจในการเปิดโอกาสให้มนุษย์สามารถต่อสู้กับชีวิตประจำวันอันถูกกดทับได้ อำนาจระดับปัจเจกชน ได้แก่ อำนาจในการให้ความรู้ อำนาจในการโน้มน้าวใจ และอำนาจในการให้ความบันเทิง ส่วนหน้าที่ของการสื่อสารแบบปากต่อปากจะทำงานในระดับสังคมโดยเชื่อมร้อยปัจเจก

Ref. code: 25615807300040CHL

ชนให้กลายเป็นส่วนหนึ่งได้แก่ สร้างการผูกยึดทางสังคม สร้างการควบคุมทางสังคม และสร้างการเปรียบเทียบทางสังคม

1.3 ความน่าเชื่อถือ

วิธีการที่ปัจเจกชนประกอบสร้างข่าวลือให้น่าเชื่อถือเมื่อสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านช่องทางดิจิทัล แบ่งออกได้สองด้านคือ หนึ่ง ความน่าเชื่อถือของระบบ และสอง ความน่าเชื่อถือระหว่างผู้ใช้

1.4 การขับเคลื่อน

ตัวแปรที่ทำให้ข่าวสารสามารถแพร่กระจายออกไปได้อย่างกว้างขวาง แบ่งออกเป็นตัวแปรภายในคือ หนึ่ง ความสำคัญของข่าวลือและการซุบซิบที่มีต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน สอง ความกำกวมของเนื้อหา สาม ทักษะการคิดวิเคราะห์ของปัจเจกชน ส่วนตัวแปรภายนอกได้แก่ หนึ่ง ขนาดของชุมชน สอง จำนวนผู้ส่งต่อข่าวลือ สาม ระดับการควบคุมของสังคม สี่ ระดับความเข้มข้นของเหตุการณ์ และห้า ความสัมพันธ์ของสมาชิก

เมื่อนำองค์ประกอบทั้งหมด 4 ข้อมาวิเคราะห์แล้วจะทำให้มองเห็นภาพใหญ่ของการสื่อสารแบบปากต่อปากที่เกิดขึ้นในสังคมไทยปัจจุบัน โดยจะพิจารณาเปรียบเทียบว่าเมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเข้าเปลี่ยนแปลงสังคม จากสังคมวัฒนธรรมการพูด วัฒนธรรมการเขียน สื่อสารมวลชน จนถึงสู่สื่อสารดิจิตอล มีองค์ประกอบใดบ้างที่เปลี่ยนแปลงและองค์ประกอบใดบ้างที่คงอยู่ จากนั้นจึงนำความรู้เหล่านี้ผนวกรวมกับเรื่องการต่อสู้ในชีวิตประจำวันผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากซึ่งมีเกณฑ์การวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

2. การต่อสู้ในชีวิตประจำวัน หมายถึง ปัจเจกชนผู้กระทำการ (agencies) พูดปากต่อปากในชีวิตประจำวันเพื่อเผยแพร่ อุบาย ไปต่อสู้และต่อรองอำนาจกับฝ่ายโครงสร้างผู้ใช้ ยุทธศาสตร์กดทับสังคม จุดประสงค์ของการต่อสู้ในชีวิตประจำวันมีหลายระดับตั้งแต่การระบายอารมณ์ การแก้ไขปัญหาตรงหน้า และการผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในสังคม

2.1 ยุทธศาสตร์ (Strategy)

การกระทำของผู้มีอำนาจนำในสังคม มีจุดประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์กับส่วนอื่นๆ ที่อยู่นอกเหนือจากวงโคจรทางอำนาจของตน

2.2 อุบาย (Tactic)

การกระทำที่ไม่มีตำแหน่งแห่งที่ของตน แต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของอำนาจ อาศัยจังหวะและโอกาสเพื่อฉกฉวยและต่อรองผลประโยชน์กับผู้มีอำนาจนำในสังคม อุบายที่ผู้ต่อต้านใช้คือ การจัดอันดับคู่ต่อสู้ การใช้เรื่องเล่า การเลือกใช้สื่อผสม และการผลิตวาทกรรมต่อต้าน

ในการวิเคราะห์การต่อสู้ของคนธรรมดานี้ ผู้วิจัยจะใช้ตนเองเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากเอกสารบนสื่อประเภทต่างๆ ได้แก่ สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อแอดมินเพจ

Ref. code: 25615807300040CHL

สื่อข่าวออนไลน์ และสื่อโทรทัศน์ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดของ Walter J. Ong และ Michel Michel de Certeauโดยพิจารณาถึง หนึ่ง การปรับตัวของอุบายเมื่อถูกนำเสนอผ่านสื่อต่างชนิดกัน สอง การสร้างสรรค์และผลักดันอุบายที่ซ่อนตัวจากการตรวจตราของโครงสร้างเพื่อแก้ปัญหาให้แก่คนธรรมดา สาม การใช้ยุทธศาสตร์เพื่อสกัดกั้นคนธรรมดาไม่ให้แก้ปัญหาและผลักดันประเด็นได้สำเร็จ

จากนั้น ผู้วิจัยวิเคราะห์ต่อไปว่ากลุ่มผู้สนับสนุนบนโลกดิจิทัลมีส่วนในการผลักดันประเด็นไปสู่ความสำเร็จได้อย่างไรตามเกณฑ์การวิเคราะห์ต่อไปนี้

3. การเคลื่อนไหวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล์ หรือเว็บบอร์ด เพื่อสนับสนุนและขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม โดยนำเอา อุบาย (tactic) ที่ถูกสร้างสรรค์เอาไว้แล้วมาสร้างความหมายใหม่ (detournement) เพื่อนำไปใช้ในการรณรงค์ต่อไป เกณฑ์การวิเคราะห์ได้แก่ กลุ่มผู้ส่งสาร การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผล

ท้ายสุด ผู้วิจัยวิเคราะห์สถานะและอำนาจของกลุ่มผู้ต่อต้านซึ่งช่วยให้การต่อต้านโครงสร้างเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. สถานะและอำนาจ หมายถึง ทุนหน้าตักที่กลุ่มผู้ต่อต้านสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนเพื่อขยายศักยภาพในการขับเคลื่อนประเด็นให้บรรลุเป้าหมาย ทุนแบ่งออกเป็น 4 ประเภทได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนสัญลักษณ์ และทุนเศรษฐกิจ

และเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีเครื่องมือหลักคือการวิเคราะห์เอกสาร ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ภายนอก (format) ตรวจสอบรูปแบบการสร้างเอกสารในด้านต่างๆ อีกทั้งการวิเคราะห์ภายใน (content) ตีความเอกสาร ประเมินคุณค่า รวมถึงวิพากษ์เนื้อหาและสารที่ปรากฏในเอกสารเพื่อเป็นการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของสารที่วิเคราะห์

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 4
“ขวานทุบรถ” ส่งอุบายผ่านเทคโนโลยีการสื่อสาร เพื่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง

ภายใต้บริบทการสื่อสารก่อนยุคมุขปาฐะดิจิทัล สื่อมวลชนดั้งเดิม (traditional media) มีอำนาจเหนือคนธรรมดาในการกำหนดทิศทางการต่อสู้เนื่องจากคนธรรมดา (ordinary person) ไม่มีช่องทางและวิธีในการกดดันสื่อมวลชนดั้งเดิมให้ทำตามเจตนารมณ์ของตนเอง การใช้อุบาย (tactics) เพื่อการต่อสู้และเรียกร้องของคนอำนาจน้อยผู้เสียผลประโยชน์จึงทำได้ยากในช่วงก่อนยุคดิจิทัล (กฤษณะ แสงจันทร์, 2558)

แต่เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาสู่ยุคดิจิทัล สื่อมวลชนดั้งเดิมถูกปัจจัยรายล้อมกดดันจนไม่อาจผูกขาดวิถีการสื่อสารหลักไว้แต่เพียงผู้เดียว ปัจจัยกดดันหนึ่งที่สำคัญคือการเกิดขึ้นของสื่อใหม่ (new media) อันได้แก่ สื่อโซเชียลมีเดีย สื่อเว็บไซต์ และอื่นๆ ซึ่งเหล่าคนธรรมดาฉวยใช้เพื่อยื้อแย้งอำนาจในการกำหนดวาระข่าว (agenda setting) จากสื่อมวลชนดั้งเดิม ความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสารตรงนี้ทำให้ผู้เสียประโยชน์ซึ่งอยู่กระจัดกระจายและไร้ชื่อเสียงเรียงนาม (anonymous) สามารถใช้อุบายเพื่อต่อสู้ต่อรองกับผู้มีอำนาจอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการนำเสนออุบายในช่องทางการสื่อสารของตนเอง และสื่อมวลชนดั้งเดิมรับลูกหยิบยกไปสานต่อ (Macnamara et al, 2014)

หากวิเคราะห์จากมุมมองแบบโครงสร้างนิยม (structuralism) เราอาจพิจารณาได้ว่าสื่อมวลชนดั้งเดิม เช่น สื่อยุคการเขียน (literacy media) และสื่อสารมวลชน (mass media) นั้นส่วนใหญ่มีแนวโน้มตกเป็นส่วนหนึ่งของฝ่ายโครงสร้างอันประกอบไปด้วยหน่วยทางสังคมต่างๆ ที่ถักทอรวมตัวกันเป็นเครือข่าย และโยงใยทั่วถึงซึ่งกันและกัน ซึ่งทั้งองคาพยพนี้ทำหน้าที่รักษาระบบให้ดำเนินไปอย่าง ปกติสุข หรือเรียกว่าอยู่ในภาวะสมดุล (Equilibrium) มากที่สุด เพื่อสังคมส่วนใหญ่จะสามารถเดินหน้าอยู่รอดต่อไปได้ หากแต่การทำหน้าที่ของโครงสร้างเพื่อให้สังคมส่วนใหญ่เดินหน้าต่อไปได้ในบางกรณีทำร้ายปัจเจก (agency) ให้เกิดความทุกข์ ความรู้สึกอยุติธรรม และบีบคั้นให้ปัจเจกชนต้องลุกขึ้นต่อสู้กับโครงสร้างเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึงเรียกร้องความเป็นธรรมให้แก่ตนเองและพรรคพวกด้วย โดยการใช้สื่อใหม่ (new media) เป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อต้านโครงสร้าง

ฉะนั้น จากที่กล่าวมาผู้วิจัยนิยามว่าฝ่ายโครงสร้าง (structure) ในความหมายของงานวิจัยชิ้นนี้หมายถึงหน่วยโครงสร้างทางสังคมที่มีสายสัมพันธ์ทั่วถึงกันและใช้อำนาจทั้งทางตรงหรือทางอ้อมกดทับเหล่าปัจเจกชนผู้กระทำการ (agency) ซึ่งหมายถึงเหล่าคนธรรมดาซึ่งกระทำการตอบโต้กับโครงสร้างที่กดทับตนเองอยู่โดยต้องมีคุณสมบัติ 3 อย่าง คือ หนึ่ง มีเจตจำนงที่จะต่อสู้กับโครงสร้าง

Ref. code: 25615807300040CHL

สอง เรียนรู้วิธีการและทางเลือกที่ตนเองสามารถต่อสู้กับโครงสร้าง และ สาม ดำเนินการต่อสู้กับโครงสร้างด้วยความตั้งใจ (George, 1992, pp. 225)

สำหรับบทที่ 4 ผู้วิจัยเลือกหยิบกรณี ป้าทุบรถ ซึ่งเริ่มเป็นข่าวโด่งดังบนโลกออนไลน์และออฟไลน์ตั้งแต่วันที่ 18 ก.พ. 2561 และยังดำเนินเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน (บันทึกวันที่ 2 มิ.ย. 2561) เนื้อเรื่องข่าวเกี่ยวกับกลุ่มคนธรรมดาที่อาศัยอยู่ในคฤหาสน์ หมู่บ้านเสรีวิลล่าเรียกร้องให้ตลาดซึ่งตั้งอยู่รอบๆ บ้านย้ายออกไปเนื่องจากทำความเดือดร้อนหลายอย่างให้แก่ตนเองและผู้พักอาศัยรายอื่นๆ โดยใช้การ “ทุบรถ” ซึ่งเป็นหนึ่งในอุบายผ่านสื่อสารมวลชนชนิดต่างๆ เพื่อสั่นสะเทือนโครงสร้าง เหตุผลในการเลือกของผู้วิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การต่อสู้ของกลุ่มผู้เสียหายทางตรงทั้งสามคนได้แก่ น.ส.บุญศรี น.ส.รัตนฉัตร และ น.ส.ราณี แสงหยกตระการ (ต่อไปนี้จะเรียกแทนกลุ่มของป้าทั้งสามคนว่า ป้าทุบรถ) ซึ่งกินเวลานาน “มากกว่า 10 ปี” จึงมีข้อมูลมากเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์

2. มีการใช้สื่อมวลชนหลากหลายประเภทเข้ามาร่วมในการต่อสู้ ตั้งแต่สื่อสารแบบเห็นหน้า สื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิม ไปจนถึงการใช้สื่อใหม่ ซึ่งตรงกับโจทย์ของผู้วิจัยที่ต้องการพิสูจน์ว่าอุบายจะปรับตัวอย่างไรเมื่อถูกสื่อสารผ่านเทคโนโลยีสื่อชนิดต่างๆ

3. มีการต่อสู้ระหว่าง อุบาย ที่ถูกผลิตจากฝั่งคนธรรมดา และ ยุทธศาสตร์ ที่ถูกผลิตจากฝ่ายโครงสร้างอย่างชัดเจน ซึ่งตรงกับโจทย์ของผู้วิจัยที่ต้องการพิสูจน์กระบวนการสร้างอุบายและกระบวนการการต่อสู้ของอุบายกับยุทธศาสตร์เป็นอย่างไร

4. ผลสำเร็จจัดอยู่ในระดับมากเพราะสามารถเปลี่ยนแปลงนโยบาย สร้างกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคม และทำให้บุคคลที่เป็นตัวแทนของโครงสร้างต้องออกมาเคลื่อนไหว

การวิเคราะห์กรณีศึกษา ป้าทุบรถ ซึ่งผู้วิจัยเลือกเพื่อเป็นตัวแทนการต่อสู้ของเหล่าคนธรรมดาที่ประสบความสำเร็จในระดับสูง กล่าวคือสำเร็จทั้งในแง่การแก้ปัญหาส่วนบุคคล และสำเร็จทั้งในแง่การสร้างแรงกระเพื่อมทางสังคมอันส่งผลให้เกิดแก้ปัญหาในระดับนโยบาย เกณฑ์ในการวิเคราะห์ทั้ง 5 เกณฑ์คือ ความเป็นมาเบื้องต้นและบริบทของเหตุการณ์ วงจรชีวิตของอุบายผ่านสื่อต่างๆ วิธีการสร้างอุบายเพื่อการต่อสู้ บทบาทหน้าที่ของอุบาย และสถานะและอำนาจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับเหตุการณ์ เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพอุบายการต่อสู้ของคนธรรมดาในยุคดิจิทัลที่ต้องปรับตัวตามเทคโนโลยีการสื่อสารอันหลากหลาย ตั้งแต่สื่อใหม่ (new Media) สื่อดั้งเดิม (traditional Media) จนถึงการสื่อสารแบบเห็นหน้า (face-to-face communication) และสุดท้ายนำไปสู่ระดับความสำเร็จทางการต่อสู้ที่ไปไกลเกินกว่าเพียงแก้ปัญหาให้แก่ตัวผู้ต่อสู้เอง แต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ถึงระดับนโยบาย

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็น 4 หัวข้อดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

1. ความเป็นมาเบื้องต้นและบริบทของเหตุการณ์ - ประกอบด้วย ก่อนเหตุการณ์ ระหว่างเกิดเหตุการณ์ หลังเหตุการณ์ และผลสำเร็จของการต่อสู้

2. อุบายและยุทธศาสตร์ - ประกอบด้วย อุบายของฝ่ายผู้มีอำนาจน้อย และยุทธศาสตร์ของกลุ่มผู้มีอำนาจมากกว่า

3. การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล-ประกอบด้วย ผู้กระทำการ ลักษณะการเคลื่อนไหว อุบายการสร้างสรรค์สาร และจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนสังคม

4. สถานะและอำนาจของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียกับเหตุการณ์ - ประกอบด้วย ทุนของผู้มีอำนาจน้อยที่ช่วยเหลือให้การต่อสู้ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ องค์ประกอบทั้ง 4 หัวข้อเมื่อนำมารวมกันจะทำให้มองเห็นภาพใหญ่ของอุบายการต่อสู้ของคนธรรมดาในยุคดิจิทัลที่ต้องปรับตัวตามเทคโนโลยีการสื่อสารอันหลากหลาย ซึ่งส่งผลต่อระดับความสำเร็จทางการต่อสู้ในระดับสูงกล่าวคือทั้งสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตรงหน้าได้ ก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคม และทำให้หน่วยงานรัฐบาล (โครงสร้าง) ต้องดำเนินการแก้ไขสถานการณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เพื่อค้นหาว่าผู้เสียหายสร้างอุบายอะไรและอย่างไร ผ่านตัวกลางสื่อชนิดใด ในช่วงเวลาและสถานการณ์เช่นใด จึงเกิดพลังที่สามารถพลิกสถานะของกลุ่มตนจาก “ผู้เสียเปรียบ” กลายเป็น “ผู้ได้เปรียบ” ในการต่อสู้ครั้งนี้

4.1 ความเป็นมาเบื้องต้นและบริบทของเหตุการณ์ก่อน-ระหว่าง-หลังเกิดเหตุการณ์ และผลสำเร็จของการต่อสู้

ในบทที่ 2 ผู้วิจัยทบทวนแนวคิดจาก Michel de Certeau (1987) ที่ว่าในช่วงเวลาปกติ อำนาจของโครงสร้างจะกดทับคนธรรมดาผู้มีอำนาจน้อยในสังคมให้ตกเป็นผู้เสียเปรียบหรือถูกเอารัดเอาเปรียบอยู่เพียงฝ่ายเดียว แต่จะมีช่วงเวลาหนึ่งซึ่งเป็นช่วงเวลาที่โครงสร้างเผอเรอและหย่อนยานในการใช้อำนาจกดทับ ช่วงเวลานั้นคนธรรมดาสามารถใช้อุบายเพื่อพลิกสถานการณ์จากผู้เสียเปรียบการเป็นผู้ได้เปรียบทางการต่อสู้แทน ซึ่งช่วงเวลานั้นเป็นจุดเปลี่ยน (turning point) ที่นักวิจัยสนใจศึกษา ขณะที่ James C. Scott (1985) ให้แนวคิดไว้ว่า เมื่อ “หัวหอก” ประสบความสำเร็จในการสร้างจุดเปลี่ยนแก่การต่อสู้ เหล่าคนธรรมดาอำนาจน้อยคนอื่นๆ ที่มีส่วนได้เสียหรือมีประสบการณ์ร่วมกับเหตุการณ์จะเข้ามารวมตัวกันเพื่อผลักดันให้การต่อสู้นั้นประสบความสำเร็จ

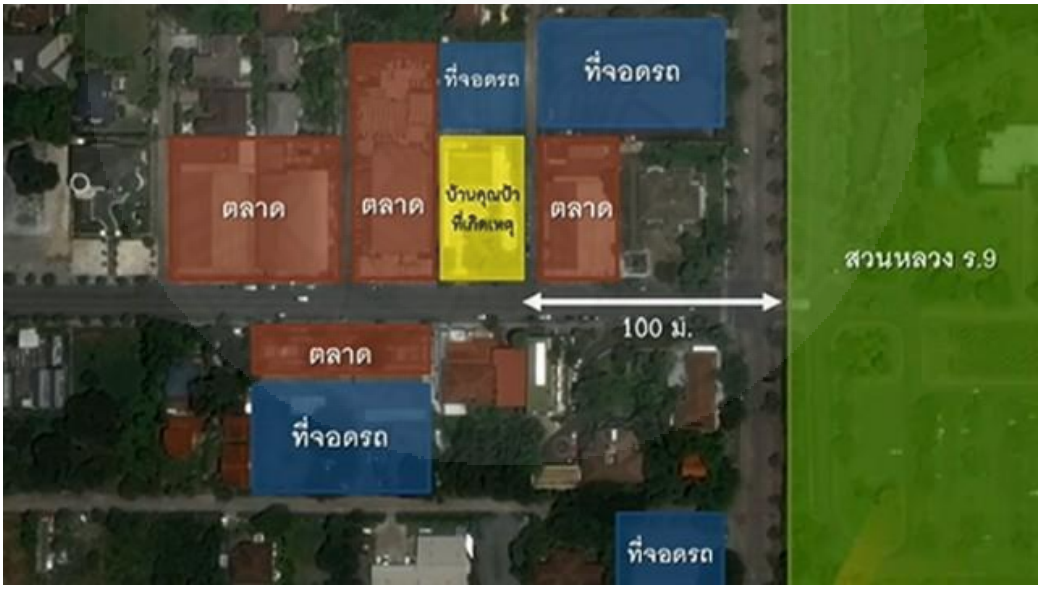
เพื่อตอบโจทย์ว่าจุดเปลี่ยนดังกล่าวมานั้นอยู่ในช่วงเวลาไหนบ้างและเกิดขึ้นอย่างไร ผู้วิจัยแบ่งเหตุการณ์ออกเป็นสามช่วงคือ ก่อนเหตุการณ์ ระหว่างเกิดเหตุการณ์ หลังเหตุการณ์ พร้อมแสดงภาพอำนาจของผู้ได้ประโยชน์และผู้เสียประโยชน์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในแต่ละช่วงเวลา

Ref. code: 25615807300040CHL

ความสำเร็จของการต่อสู้ในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงชี้ให้เห็นว่า บริบท (context) ใดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยอุบายแบบปากต่อปากผ่านสื่อชนิดต่างๆ อย่างมีนัยยะสำคัญ

4.2.1 ก่อนเกิดเหตุการณ์

น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ น.ส.รัตนฉัตร แสงหยกตระการ น.ส.ราณี แสงหยกตระการ และครอบครัวย้ายเข้ามาซื้อบ้านพักอาศัยในบริเวณหมู่บ้านเสรีวิลลา หน้าสวนหลวง ร.9 เขตประเวศ ราวปี 2546 ก่อนที่ในเวลาต่อมา ตลาดจำนวนกว่า 6 แห่งจะเข้ามาดำเนินกิจการใกล้บ้านพัก และส่งผลให้เกิดปัญหาหลายอย่าง ตั้งแต่เรื่องมีรถจอดมาขวางหน้าบ้านหลังมีตลาดเกือบตลอดทุกวัน มีเสียงจากตลาดรบกวนชาวบ้านตลอดทั้งวัน โดนคนในตลาดด่าทอให้ได้รับความเสียหายเสมอ ไปจนถึงเรื่องที่บ้านถูกลอบวางเพลิง ถูกใส่ร้ายป้ายสีว่าเป็นกลุ่มคนที่ลอบค้าประเวณี และค้ายาเสพติด (“ขวานทุบรถ” เปลี่ยนชีวิต 10 ปี, ไทยพีบีเอส, 22 กุมภาพันธ์ 2561) ทั้งนี้ แผนที่ของหมู่บ้านเมื่อมองจากมุมสูงมีลักษณะตามภาพด้านล่างซึ่งจะเห็นได้ว่าบ้านของ ป้าทุบรถ (สีเหลือง) ถูกล้อมรอบด้วยตลาด (สีแดง) และเกิดเหตุรถมาจอดขวางหน้าบ้านทั้งๆ ที่มีพื้นที่จอดรถ (สีฟ้า) ให้บริการอยู่แล้ว



ภาพที่ 4.1 ตลาด 5 แห่งปิดล้อมรอบบ้าน ป้าทุบรถ อันได้แก่ ตลาดนัดสวนหลวง ตลาดเปิ้ลมาร์เก็ต ตลาดรุ่งวาณิชย์ ตลาดยิ่งนรา และตลาดร่มเหลือง. จาก ผอ.เขตเรียกถก 5 ตลาดรอบบ้านป้าทุบรถ สั่งปิดถาวร 3 แห่งไม่มีใบอนุญาต, 23 กุมภาพันธ์ 2561, *เรื่องเล่าเช้านี้,* สืบค้นจาก http://morning-news.bectero.com/social-crime/2018-02-23/119418.

Ref. code: 25615807300040CHL

สำหรับส่วนแรก ผู้วิจัยไล่เรียงขั้นตอนการต่อสู้ของ ป้าทุบรถ โดยเปิดเผยให้เห็นการกระทำ ช่วงเวลา และเทคโนโลยีการสื่อสารที่ผู้เสียผลประโยชน์ใช้เพื่อพลิกโอกาสจากการเป็นผู้เสียเปรียบให้กลับมาได้เปรียบ พบว่ามีการกระทำและเทคโนโลยีการสื่อสารสองรูปแบบเกิดขึ้นตามลำดับเวลา โดยการวิเคราะห์ส่วนนี้ข้อมูลส่วนใหญ่จะอ้างอิงมาจากคลิปแถลงข่าวที่กลุ่มป้าทุบรถจัดแถลงในวันที่ 19 ก.พ. ผ่านช่อง 8 และ YouTube ชื่อ Ahacrh Channel นำมาเผยแพร่ต่อเนื่อง จากคลิปนี้เป็นคลิปฉบับเต็มซึ่งถูกอัดระหว่างการถ่ายทอดสด ไม่ผ่านการตัดต่อและเซนเซอร์ ความยาวรวม 55.43 นาที

ภาพที่ 4.2 คลิปแถลงข่าวของกลุ่มป้าทุบรถ. จาก Ahacrh Channel, 2561, ออกอากาศสดของข่าวช่อง 8

4.1.1.1 เห็นหน้าแล้ว-เห็นใจกันหน่อย

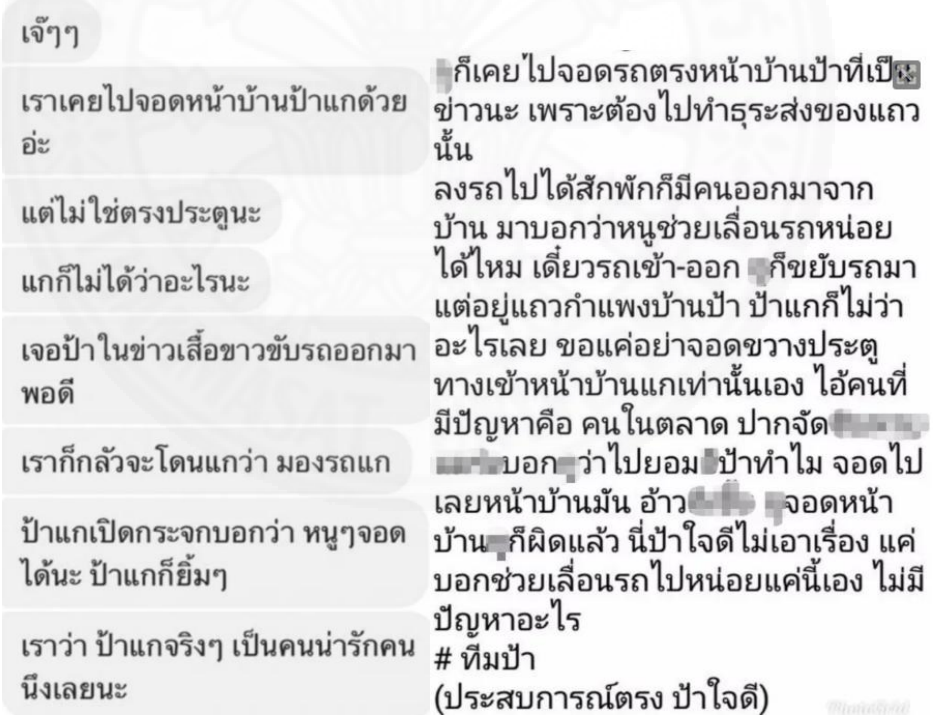
เมื่อกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์ตัดสินใจต่อสู้กับปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้น วิถีทางแรกที่กลุ่มป้าทุบรถ ตัดสินใจทำคือการสื่อสารแบบเห็นหน้าเพื่อขอความเห็นใจและความเมตตารวมถึงแสดงออกถึงความเดือดร้อน ระยะนี้ ป้าทุบรถ จะสื่อสารกับคนที่อยู่รอบๆ ตัวด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารหลายรูปแบบต่อผู้รับสาร 4 ระดับอันได้แก่ ผู้ทำความเดือดร้อนให้ ผู้มีอำนาจ เพื่อนบ้านที่ได้รับความเดือดร้อนร่วมกัน และสาธารณชนทั่วไป

Ref. code: 25615807300040CHL

(1) สื่อสารแบบเห็นหน้ากับผู้ทำความเดือดร้อนโดยตรงเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

"ช่วงแรกที่มีการจอดรถขวางหน้าบ้าน เราแก้ไขด้วยการขอร้องให้ผู้จอดรถช่วยไปจอดที่อื่นเพราะตรงนี้กีดขวางทางเข้าออกของเรา" น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างแถลงข่าว ("ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

คำพูดข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ป้าทุบรถ เริ่มต้นแก้ปัญหาจากการเจรจากับผู้ทำความเดือดร้อนก่อนด้วยความละมุนละม่อมก่อน โดยกลุ่มป้าทุบรถขยายความเพิ่มว่าวิธีการขอความเห็นใจให้ไปจอดรถของ ป้าทุบรถ นั้นเป็นไปด้วยความสุภาพและอ่อนโยน ดังที่ไทยรัฐออนไลน์ ("เปิดคำสารภาพ!," 2561) รายงานประสบการณ์ของผู้ใช้รถใช้ถนนที่เคยเผลอไปจอดหน้าบ้านป้าว่ากลุ่มป้าทุบรถจะเข้ามาขอร้องอย่างสุภาพให้ขยับรถว่า "หนูๆ ช่วยเลื่อนรถหน่อยได้ไหม เดี๋ยวรถเข้า-ออก" และหากไม่จอดขวางทางเข้าออกจนเดือดร้อนก็จะไม่ต่อว่าอะไร หนำซ้ำยังเชิญชวนให้จอดอีกด้วย "หนูๆ จอดได้นะ"



ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างของโพสต์จากผู้ใช้งานออนไลน์เลือกนำเสนอเพื่อแสดงให้เห็นว่า ป้าทุบรถ ใช้การสื่อสารแบบเห็นหน้าอย่างสุภาพเพื่อขอให้ผู้จอดรถย้ายที่ออกไป. จาก *เปิดคำสารภาพ!*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561

Ref. code: 25615807300040CHL

ผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารโดยตรงกับผู้สร้างความเสียหายนั้นเป็นขั้นตอนที่ง่ายและได้ตรงประเด็นที่สุดในการแก้ไขปัญหาการจอดรถขวางหน้าบ้าน ดังนั้นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเพื่อร้องขอให้ถอยรถออกจากหน้าประตูบ้านทั้งในส่วนที่ ป้าทุบรถ ให้สัมภาษณ์เองและส่วนที่ผู้ใช้ในโซเชียลมีเดียแชร์ต่อกันนั้นจึงเป็นอุบายขั้นแรกที่ ป้าทุบรถ ใช้เพื่อต่อสู้กับปัญหา

อย่างไรก็ตาม ความเดือดร้อนที่เกิดจากตลาดนั้นมีหลากหลาย ตั้งแต่การถูกเสียงจากตลาดรบกวน ไปจนถึงเรื่องที่บ้านถูกลอบวางเพลิง ถูกใส่ร้ายป้ายสีว่าเป็นกลุ่มคนที่ลอบค้าประเวณี และค้ายาเสพติด (“ขวานทุบรถ” เปลี่ยนชีวิต 10 ปี, 2561) การเจรจากับผู้สร้างความเสียหายโดยตรงจึงเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าคือการเคลื่อนรถที่จอดขวางหน้าบ้านออกไปชั่วคราว แต่ไม่ได้แก้ปัญหาไปที่รากเหง้าของปัญหาซึ่งคือการคงอยู่ของตลาด ส่งผลให้ปัญหาเกิดซ้ำแล้วซ้ำเล่าขึ้นอีก นอกจากนั้น การพูดคุยแบบเห็นหน้าก็ยังอาจไม่ได้ผลในกรณีที่หาตัวเจ้าของรถไม่เจอ เช่น กรณีที่กลุ่มป้าต้องใช้ขวานทุบรถดังข่าว

(2) ถ่ายภาพ กดแตร โทรศัพท์แจ้งความ เพื่อขยายการต่อสู้ไปสู่ผู้มีอำนาจมากขึ้น

ดังกล่าวข้างต้นในข้อ 4.1.1 เมื่อการสื่อสารกับผู้สร้างความเสียหายโดยตรงนั้นไม่สามารถแก้ปัญหาได้อย่างถาวรไปที่รากเหง้าของปัญหา การต่อสู้จึงต้องยกระดับขึ้นด้วยการนำสื่อกิจกรรมเข้าร่วมด้วย ช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์ทุบรถ ผู้วิจัยสังเกตเห็นการใช้สื่อกิจกรรมหลายชนิดเพื่อเป้าหมายที่ต่างกันแต่มีจุดประสงค์เพื่อใช้เป็น เชื้อไฟ ในการต่อต้านอำนาจหน่วยงานราชการต่อไป เทคโนโลยีการสื่อสารแรกที่ ป้าทุบรถ ใช้เมื่อมีการจอดรถกีดขวางทางเข้าออกคือการถ่ายภาพความเดือดร้อนไว้เป็นหลักฐาน

1. การถ่ายภาพกับการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์

“เราพยายามเลื่อนรถก่อนแต่พอรถเลื่อนไม่ได้ ทางคุณป้าอีกท่านหนึ่งก็ลงไปถ่ายรูปว่า เออ รถมันกีดขวางนะ รถมันเลื่อนไม่ได้” น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างแถลงข่าวกล่าวระหว่างแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 (“ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

การถ่ายภาพผ่านกล้องถ่ายรูปเป็นสื่อกิจกรรมชนิดแรกที่กลุ่มป้าทุบรถ เพื่อสร้างหลักฐานที่สื่อถึงความเดือดร้อนจริง และในอนาคตสามารถนำไปใช้เป็นหลักฐานเพื่อต่อสู้ผู้มีอำนาจที่กดขี่ตนอยู่ได้ เพราะจะสังเกตได้ว่าในแถลงข่าวหรือให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนทุกครั้งกลุ่มป้าทุบรถ จะเตรียมเอกสารเป็นภาพความเดือดร้อนต่างๆ นานามานำเสนออยู่เสมอ หากไม่มีสื่อกิจกรรมการถ่ายภาพก่อนหน้านี้ก็จะไม่มีหลักฐานภาพถ่ายที่ถูกนำมาใช้ยืนยันความเดือดร้อนในอนาคต

ภาพที่ 4.4 กลุ่มป้าทุบรถแสดงหลักฐานความเดือดร้อนระหว่างการแถลงข่าว (“ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่าด้านหนึ่งรูปถ่ายจัดเป็นการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยยืนยันถึงความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นจริงตลอด 10 ปีในพื้นที่ หลักฐานเหล่านี้สามารถนำไปอ้างทั้งในระดับสื่อมวลชนและในระดับหน่วยงานราชการอย่าง ศาลปกครอง ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อนำไปสู่การต่อสู้กับผู้มีอำนาจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรียกว่าการเขียนประวัติศาสตร์การต่อสู้ของกลุ่มไว้ถือเป็นอีกกลไกหนึ่งที่ทำให้การต่อสู้ประสบความสำเร็จ และอีกด้านหนึ่ง การถ่ายภาพก็เป็นการแสดงอำนาจต่อต้านโครงสร้างอย่างชัดเจนโดยเปลี่ยนบทบาทตนเองจาก “ผู้ถูกกระทำ” คือผู้ตกเป็นเป้าการเฝ้าจับตา (surveillance) ของหน่วยงานราชการซึ่งสำแดงอำนาจผ่านกล้องวงจรปิด ผ่านสายตาของตำรวจจราจร กลายมาเป็น “ผู้กระทำ” ซึ่งเปลี่ยนกล้องถ่ายภาพในสมาร์ทโฟนให้กลายเป็นเครื่องมือในการจับตาและตรวจตราผู้กดทับตนเองบ้าง อาจเรียกว่าเป็นเทคนิคแบบ “หนามยอกเอาหนามบ่ง” ก็เป็นได้

“ออกจากบ้านยิ่งกว่าตัวอะไร ถ่ายมันเร็วๆ แล้วคนที่มากระทำความเดือดร้อนให้เรา เราถ่ายเขาไม่ได้เหรอค่ะ” น.ส.รัตนฉัตร แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างแถลงข่าว (“ป้าทุบรถสุดทน,” 2561)

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่า ป้าทุบรถ มองว่ากิจกรรมการถ่ายภาพนั้นเป็นวิธีการที่ใช้เพื่อยืนยันความถูกต้องของตน เพราะเมื่อยกกล้องขึ้นมาถ่ายท่ามกลางสาธารณชนที่กำลังจับจ้องอยู่ก็เหมือนการประกาศกลายๆ ว่าตนผู้ถือกล้องนั้นเป็นผู้มีอำนาจและไม่เกรงกลัวต่อสิ่งที่กระทำเพราะมันเป็นสิ่งถูกต้อง ขณะที่พาหนะที่ตกเป็นเป้าถูกถ่ายนั้นเป็นผู้ร้าย เป็นผู้เข้ามาเอารัดเอาเปรียบกลุ่มของตน และกำลังถูก “ประจาน” ด้วยการเล็งกล้องใส่ วิธีการถ่ายภาพ

Ref. code: 25615807300040CHL

ของกลุ่มป้าทุบรถจึงไม่ใช่การถ่ายภาพเพียงภาพสองภาพ แต่ต้องถ่ายจากทุกมุม ถ่ายจากหลายระยะ ถ่ายอย่างเจาะรายละเอียดเพื่อให้กิจกรรมการถ่ายภาพกินเวลานานพอสมควรและผู้คนรอบๆ

2. การบีบแตรรถยนต์สร้างสถานการณ์ไม่ปกติ

กิจกรรมต่อมาที่ ป้าทุบรถ เลือกใช้คือการบีบแตรรถยนต์อย่างต่อเนื่องและยาวนานจนกว่าเจ้าของรถจะกลับมายังรถ

"เราพยายามกว่าครึ่งชั่วโมง บอกแล้ว บีบแตรแล้ว บอกว่ารถของใคร หากเจ้าของยังไม่มา จะให้เราทำอย่างไรค่ะ เราตามตัวเขาไม่เจอเราก็ต้องกดแตรเรียกจนกว่าเขาจะออกมา" น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างแถลงข่าว ("ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

วิธีการกดแตรของกลุ่มป้าทุบรถ นั้นไม่ใช่การกดแล้วหยุด กดแล้วทิ้งช่วง กดอย่างกระแทกกระทั้น หรือกดแตรเบาๆ หากแต่เป็นการกดแตรค้างยาวนานด้วยน้ำหนักคงที่เสมอต้นเสมอปลาย เสียงแตรจะดังสนั่นกระจายไปทั่วบริเวณเหมือนเป็นสัญญาณเตือนภัยบางอย่าง เช่นนี้แล้วชาวตลาดผู้เอารัดเอาเปรียบ กลุ่มชาวบ้านผู้เสียประโยชน์และสาธารณชนทั่วไปต่างก็ได้ยินเสียงนี้ทั่วกัน ทั้งนี้ การกดแตรค้างยาวนานนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเพียง 2-3 นาทีแต่กลุ่มป้าทุบรถ เคยระบุว่าบางครั้งตนกดแตรต่อเนื่องกว่าครึ่งชั่วโมงจึงมีเจ้าของรถออกมาเลื่อนรถ ("เปิดใจ ป้าทุบรถ สุดอัดอั้น," 2561) ผู้วิจัยเห็นว่าการกดแตรในลักษณะนี้เป็นการประกาศกร้าวที่ส่งสารตำหนิไปยังผู้รัดเอาเปรียบคือชาวตลาด และเป็นการเรียกระดมพลกลุ่มชาวบ้านผู้เสียประโยชน์ให้มาสนับสนุน และกลุ่มคนทั่วไปให้มาเป็นสักขีพยาน มากไปกว่านั้น หากวิเคราะห์ตามที่ Michel de Certeau (1987) เสนอว่าการต่อสู้ในชีวิตประจำวันจะต้องมีกิจกรรมบางอย่างที่กระตุกให้ความปกติธรรมดาของชีวิตประจำวันกลายเป็นความไม่ปกติ หรือผิดแผกไปจากกิจวัตรที่ดำเนินไปทุกวันๆ แล้ว การกดแตรก็เป็นหนึ่งกิจกรรมสำคัญที่พลิกสถานการณ์อัน "ปกติสุข" อัน "สงบร่มเย็น" ให้กลายเป็นความ "ผิดปกติ" อัน "ปั่นป่วน" และกระทบกระเทือนต่อกิจวัตรประจำวัน เสียงแผดดังจะรบกวนโสตประสาทของเหล่าคนธรรมดาซึ่งไม่ได้อยู่ในวงของผู้เสียผลประโยชน์และผู้เอารัดเอาเปรียบให้เกิดการฉุกคิดและเกิดคำถามว่ามีเหตุผิดปกติอะไรเกิดขึ้น จึงไม่น่าแปลกใจจะเป็นกิจกรรมที่กระตุกให้กลุ่มผู้มีอำนาจ เช่น สถานีตำรวจเขตประเวศ ต้องเข้ามาจัดการแก้ไขสถานการณ์

3. การโทรศัพท์แจ้งความตามพิธีกรรม

นอกจากการกดแตรแล้ว กิจกรรมการสื่อสารที่กลุ่มป้าทุบรถ ทำต่อมาคือการโทรศัพท์เข้าไปเพื่อแจ้งความแก่หน่วยงานของรัฐบาล

"...มีการโทรแจ้ง 191 มีรถกีดขวางออกจากบ้านไม่ได้ ให้ช่วยเอารถมายกไปหน่อยแล้วก็ยังไม่มาก็โทรไปที่ 1555 ในขณะที่โทรไปที่หน่วยงานของรัฐเนี่ยป้าก็กดแตรตลาด

Ref. code: 25615807300040CHL

...” น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างแถลงข่าว (“ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

น่าสนใจว่าเบอร์แรกคือเบอร์ 191 ซึ่งมีไว้สำหรับแจ้งเหตุฉุกเฉินขึ้นตรงกับกองบัญชาการตำรวจนครบาลเป็นเบอร์แรกที่ ป้าทุบรถ เลือกโทรไป (“เปิดใจ ป้าทุบรถ สุดอัดอั้น,” 2561) ผู้วิจัยเห็นว่าการที่ ป้าทุบรถ เลือกโทรเบอร์ที่จัดเตรียมไว้ให้แก่ประชาชนผู้แจ้งความ “เหตุด่วนเหตุร้าย” (เช่น เหตุอาชญากรรม ไฟไหม้ หรือภัยพิบัติธรรมชาติ) เป็นอันดับแรกนั้น ไม่ได้เล็งเห็นผลในการแก้ปัญหาหรือการที่หน่วยงานรัฐส่งรถเครนมายกรถที่กีดขวางออกจากหน้าบ้านทันที หากแต่เป็นความพยายามในการสร้างมาตรฐานใหม่ให้แก่สังคมว่า การจอดรถขวางหน้าบ้านไม่ใช่เรื่องเล็กน้อย ไม่ใช่เรื่องยิบย่อยที่ยอมๆ กันไปได้ แต่เป็น “เหตุด่วนเหตุร้าย” ที่หน่วยงานรัฐต้องเร่งเข้ามาแก้ปัญหาให้แก่ประชาชน ขณะที่เลือกโทรเบอร์ 1555 ซึ่งเป็นเบอร์ศูนย์กลางของเขตกรุงเทพมหานครในการรับแจ้งปัญหาความเดือดร้อนทั่วๆ ไป เช่น เหตุเดือดร้อนรำคาญ การกระทำผิดในที่สาธารณะ ปัญหาท่อระบายน้ำอุดตัน–ชำรุด ปัญหาขยะส่งกลิ่นเน่าเหม็น ขยะตกค้าง และอื่นๆ (“ศูนย์ 1555 รับแล้วประสาน,” 2558) เป็นอันดับสอง

ผู้วิจัยเห็นว่า “กลุ่มป้าทุบรถ” การเลือกโทรเบอร์ 191 เพื่อส่งสารไปยังสำนักงานตำรวจ และโทรเบอร์ 1555 เพื่อส่งสารไปยังเขตกรุงเทพมหานครนั้น ไม่ใช่การที่เล็งเห็นผลในการแก้ปัญหาตรงหน้ามาก หนำซ้ำยังอาจทำให้ปัญหาแย่ลงอีก ดังที่กลุ่มป้าทุบรถ ให้สัมภาษณ์ไว้ “เราโทรไปแจ้ง 191 ตลอดค่ะ แต่ไม่เคยได้ผล มีครั้งหนึ่งตำรวจมาแล้วเขาทำยังไงรู้ไหมค่ะ เขาเอาที่ล็อคล้อมาล็อคล้อเพิ่มซึ่งทำให้เราต้องรอหนักเข้าไปอีก อย่างนี้คือการแก้ปัญหาให้ประชาชนเหรอ” น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างแถลงข่าว (“ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

เห็นได้ว่า การกระทำของตำรวจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของฝ่ายโครงสร้างและเป็นผู้รับผิดชอบแก้ไขปัญหาบนท้องถนนนั้นนอกจากจะไม่ได้ช่วยปัดเป่าความทุกข์ให้แก่ปัจเจกชนตามหน้าที่ที่สมควรกระทำแล้ว ยังกลับกลายเป็นผู้ซ้ำเติมสร้างความเดือดร้อนให้แก่ปัจเจกชนมากขึ้นไปอีก ปรากฏการณ์นี้ชี้ให้เห็นชัดเจนว่าหน่วยงานตำรวจไม่เพียงแต่ล้มเหลวในการทำหน้าที่ (dysfunction) ตามที่รับมอบหมายแต่ยังกลายเป็นผู้สร้างปัญหาขึ้นมาซะเองอีก

เมื่อเหตุการณ์นี้เกิดขึ้นหลายครั้งในอดีต ป้าทุบรถ จึงไม่ได้คาดหวังการแก้ปัญหาจากหน่วยงานราชการหากแต่การที่ยังทำกิจกรรมโทรศัพท์แจ้งความนั้นเป็นการ “เล่นตามกติกา” เสมือนการทำ “ตามระเบียบ” ที่ผู้ต่อต้านต้องกระทำก่อนจะยกระดับไปต่อสู้ในกิจกรรมที่มีความเข้มข้นต่อไป เหมือนการเซ่นไหว้ผีบ้านผีเรือนเพื่อให้กิจกรรมที่จะทำต่อไปมีความชอบธรรม เพราะหากมีการเอาผิดกันจริง กลุ่มป้าทุบรถ สามารถอ้างได้ว่าตนได้ปฏิบัติการรับมือกับปัญหาไล่จากความรุนแรงน้อย (การบอกกล่าวด้วยวาจา) ไปหามาก (การทุบรถ) แล้ว ทำตามขั้นตอนทุกประการ จึงมีเหตุผลให้อ้างได้ว่าไม่ได้ทำเกินกว่าเหตุ

Ref. code: 25615807300040CHL

นอกจากนี้ กลุ่มป้าทุบรถ ยังมีการร้องเรียนแบบเห็นหน้าผ่านพนักงานรักษาความปลอดภัยซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งซึ่ง ป้าทุบรถ เลือกใช้เพื่อต่อสู้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในระยะแรก อย่างไรก็ตาม ช่องทางการสื่อสารนี้เป็นช่องทางที่ไม่ได้ผลเนื่องจากพนักงานรักษาความปลอดภัยบอกปัดความรับผิดชอบ แต่ที่สำคัญคือผู้วิจัยเห็นว่าการสื่อสารกับพนักงานรักษาความปลอดภัยซึ่งเสมือนการแจ้งความเดือดร้อนไปยังกลุ่มนิติบุคคลของหมู่บ้านนั้น ไม่ใช่การต่อสู้กับกลุ่มผู้มีอำนาจที่ ป้าทุบรถ ให้ความสำคัญ เพราะเป็นกลุ่มที่ไม่มีอำนาจมากเพียงพอในการแก้ไขปัญหา การสื่อสารกับพนักงานรักษาความปลอดภัยจึงเป็นอุบายการสื่อสารที่ถูกใช้ในช่วงแรกเพียงครั้งสองครั้งและไม่ได้รับความสำคัญอีก

(3) คุยกับเพื่อนบ้านเพื่อรวบรวมกำลังสนับสนุน

"ถามว่าป้าเดือดร้อนคนเดียวไหม หมู่บ้านนี้ 289 ครัวเรือนได้รับความเดือดร้อนจากการทำตลาด ไม่ใช่แค่บ้านเลขที่ 37/208 บ้านเดียว ทุกคนเดือดร้อน วันนี้ที่ไม่มาแถลงข่าวเพราะติดทำธุระอยู่แต่เรามีการพูดคุยกันมาตลอด เขามีความเดือดร้อนอะไรเขาก็มาบอกป้า" ("ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

นอกเหนือจากที่กล่าวมาในข้อ 1.1. และ 1.2. ในระยะแรกนั้น จากการวิเคราะห์การแถลงข่าวยังพบว่ากลุ่มป้าทุบรถ พยายามสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์จากเหตุการณ์ด้วยการสื่อสารแบบเห็นหน้ากับกลุ่มเพื่อนบ้านมาตั้งแต่ในระยะแรก แม้เนื้อหาที่พูดคุยจะไม่มีการเปิดเผยมากนักแต่มีส่วนหนึ่งเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความเดือดร้อนที่เกิดจากตลาด การพูดคุยถึงความคืบหน้าในการรับมือกับความเดือดร้อนที่เกิดจากตลาดรวมถึงการสอบถามความเหมาะสมในดำเนินคดีฟ้องศาลต่างๆ

ผู้วิจัยเห็นว่าการพูดคุยกับกลุ่มผู้พักอาศัยในหมู่บ้านเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความเดือดร้อนมีหน้าที่สำคัญหลายอย่าง

1. รวมพลัง-สรรหาอุบาย

น่าสังเกตว่าการเคลื่อนไหวของกลุ่มป้าทุบรถเริ่มขึ้นบนโลกแห่งความเป็นจริงก่อนขยายมาเคลื่อนไหวต่อบนพื้นที่ดิจิทัล โดยกลุ่มป้าทุบรถเริ่มการสื่อสารเพื่อการต่อต้านอำนาจหน่วยงานราชการผ่านการพูดคุยกับเพื่อนบ้านเพื่อการเรียนรู้ซึ่งกันและกันผ่านการแลกเปลี่ยนเรื่องราวความเดือดร้อนในหลายแง่มุมเพราะหากยึดเอาประสบการณ์ความเดือดร้อนของคนหนึ่งคนใด กลุ่มหนึ่งกลุ่มใด การมองภาพปัญหาทั้งหมดอาจทำได้ไม่รอบด้าน เมื่อมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน ทบทวนปัญหาความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นร่วมกันแล้ว กลุ่มป้าทุบรถ และผู้พักอาศัยที่เสียประโยชน์ในหมู่บ้านจะเริ่มเห็นภาพว่าความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นทั้งหมดมีอะไรบ้าง จัดอันดับได้ว่าท่ามกลางปัญหาอันหลากหลายที่ถาโถมเข้ามา ปัญหาใดจัดเป็นปัญหาสำคัญที่คนในหมู่บ้านมีประสบการณ์ร่วมกันมากที่สุด พบเจอบ่อยที่สุด อันนำมาสู่การวางแผนอุบายภายหลังที่กลุ่มป้าทุบรถ

เลือกให้ปัญหา “การจอดรถขวางหน้าบ้าน” เป็นตัวแทนของความเดือดร้อนอันเกิดจากตลาดทั้งหมด ปัญหาการจอดรถขวางหน้าบ้านนั้นนอกจากคนในหมู่บ้านจะมีประสบการณ์กับปัญหานี้ค่อนข้างมาก ซึ่งหมายความว่าเมื่อเกิดการเคลื่อนไหวต่อสู้ในภายหลัง เรื่องเล่าที่เกี่ยวพันกับปัญหาการจอดรถขวางหน้าบ้าน เช่น พ่อเสียชีวิตหลังจากนำส่งโรงพยาบาลไม่ทันเพราะมีรถจอดขวางหน้าบ้าน

ภาพที่ 4.5 เจ้าของเฟซบุ๊ค Theerapat Bureethan ผู้อ้างว่าเป็นผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านกล่าวถึงการเสียชีวิตของพ่อตนซึ่งเกิดจากมีผู้จอดรถขวางหน้าบ้านจนเอารถออกไปโรงพยาบาลไม่ทัน (หนุ่มเพื่อนบ้าน ป้าทุบรถ, เวิร์คพ้อยท์นิวส์, 2561)

เรื่องราวนี้กลายเป็น “อาวุธ” สำคัญที่ถูกนำไปใช้เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อโจมตีฝ่ายผู้เอารัดเอาเปรียบได้ การจอดรถขวางหน้าบ้านยังเป็นประสบการณ์ร่วมที่ชนชั้นกลางของไทยพบเจออยู่เสมอ จากการรายงานของศูนย์รับแจ้งทุกข์ สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร (กทม.) ซึ่งเก็บข้อมูลสถิติร้องเรียนในปี 2560 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนพฤศจิกายน พบว่า ปัญหาอันดับสองที่มีผู้ร้องเรียนเข้ากว่า 1 หมื่นราย คือ การกีดขวางทางสัญจรซึ่งรวมถึงการจอดรถกีดขวางหน้าที่พักอาศัยด้วย (เพ็ชร ภุมมา, 2561) ภายหลังเราจะเห็นว่าการหยิบยกปัญหาที่คนในเมืองกรุงส่วนใหญ่มีประสบการณ์ร่วมนั้นเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดความรู้สึกเข้าถึง เป็นเจ้าของปัญหา และทำให้กลุ่มคนธรรมดาเข้ามาร่วมเป็นผู้สนับสนุน ผลักดันการต่อสู้นี้จนสำเร็จ

2. สานสัมพันธ์-เพิ่มอำนาจการต่อต้าน

ช่องทางการสื่อสารแบบเห็นหน้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันนั้นเป็นการเสริมความแข็งแกร่งให้แก่ความสัมพันธ์อันเปราะบางของผู้คนในสังคมเมือง ตามที่ Scott W. Haine (2001) กล่าวไว้ว่าสายสัมพันธ์ของผู้คนในสังคมมวลชน (mass society) ถูกสะบั้นลงเรื่อยๆ ผ่านการควบคุมถนนจากอำนาจรัฐ (เช่น การสร้างระบบการขนส่งมวลชนความเร็วสูงที่สะดวกในการเดินทางแต่ย่นระยะเวลาสานสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในสังคมเมืองลง) และอำนาจนายทุนที่เปลี่ยนพื้นที่สาธารณะต่างๆ ในสังคมให้กลายเป็น “พื้นที่แห่งการขาย” เช่น ตลาดนัดใน

Ref. code: 25615807300040CHL

สวนสาธารณะที่มีพื้นที่คับแคบ ไม่มีที่ให้นั่งกิน มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้คนซื้อสินค้าและออกจากพื้นที่ให้เร็วที่สุดเพื่อต้อนรับลูกค้ารายใหม่ การที่ตลาดก่อตั้งขึ้นในหมู่บ้านและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้พักอาศัยด้านหนึ่งจึงเป็นสถานการณ์ที่บีบบังคับให้กลุ่มคนธรรมดาซึ่งปกติแยกตัว โดดเดี่ยว และมีอำนาจน้อย ต้องประสานความสัมพันธ์เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อสู้กับผู้เอารัดเอาเปรียบกลุ่มของตน

3. จับมือระยะยาว-สร้างพันธมิตร

James C. Scott (1985) แสดงความเห็นไว้ว่าการจับมือร่วมมือกันของกลุ่มคนธรรมดานั้นส่วนใหญ่จะเป็นการร่วมมือแบบไม่ถาวร และร่วมมือกันอย่างหลวมๆ กล่าวคือ เมื่อร่วมมือกันต่อสู้กับผู้เอารัดเอาเปรียบจนปัญหาคลี่คลายไปได้แล้ว ความร่วมมือเหล่านั้นก็จะสลายหายไป กลับไปสู่ธรรมชาติของความเป็นปัจเจกชน ตัวใครตัวมันแบบผู้คนในสังคมเมืองเช่นเดิม หากแต่ในกรณีของ ป้าทุบรถ นั้น ผู้วิจัยเห็นว่าความเดือดร้อนที่ได้รับจากตลาดนั้นดำเนินมาอย่างต่อเนื่องยาวนานกว่า 10 ปี และความพยายามแก้ไขปัญหาผ่านกลุ่มป้าทุบรถ และผู้สนับสนุนไม่สามารถทำให้ปัญหาคลี่คลายไปได้ ความร่วมมือต่อเนื่องนี้ทำให้ความสัมพันธ์ที่ตอนแรกเป็นไปอย่างหลวมๆ แบบคนในเมืองนั้น ได้พัฒนากลายเป็นความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ “ทุบรถ” และปัญหานี้กลายเป็นที่รับรู้ของสาธารณะแล้ว กลุ่มเพื่อนบ้านของป้าทุบรถที่ถูกเอารัดเอาเปรียบจึงกล้าเปิดเผยตัวตนเพื่อเข้าร่วมการต่อสู้ด้วย

ภาพที่ 4.6 คุณยุวนุช พงษ์เจริญ (ซ้าย) เพื่อนบ้านของป้าทุบรถที่ร่วมแถลงข่าวกับกลุ่มป้าทุบรถ ยอมเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวบางอย่างกับนักข่าวแลกกับการขับเคลื่อนการต่อสู้นี้ให้ประสบความสำเร็จ (“ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่าสำหรับชนชั้นกลางแล้ว ความเป็นส่วนตัวถือเป็นคุณค่าหนึ่งที่ชนชั้นกลางหวงแหนและไม่ยอมเสียไป หากจะต้องสละความส่วนตัวไปจะต้องมีการแลกเปลี่ยนที่

Ref. code: 25615807300040CHL

คุ้มค่าพอจะยอมให้เสียได้ ความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นที่เกิดจากการร่วมมือกันยาวนานนับ 10 ปีนี้ทำให้เพื่อนบ้านผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบกล้าเปิดเผยตัวตนและเข้าร่วมการต่อสู้ด้วย ซึ่งการเข้าร่วมและออกหน้าออกตาของเพื่อนบ้านทำให้คนทั่วไปเชื่อว่าความเดือดร้อนของตลาดไม่ใช่ความเดือดร้อนส่วนตัวของกลุ่มป้าทุบรถ หากแต่เป็นปัญหาส่วนรวมที่คนทั้งหมู่บ้านประสบร่วมกัน

4.1.1.2 สร้างสรรค์สื่อวัตถุ-บันทึกประวัติศาสตร์คนธรรมดา

ผู้วิจัยเห็นว่ากลยุทธ์หนึ่งที่หน่วยงานราชการหรือฝ่ายโครงสร้างใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์นั้นคือการสร้างประวัติศาสตร์ในทุกการเคลื่อนไหวขยายความเพิ่มคือเมื่อมีเหตุที่ฝ่ายโครงสร้างปะทะกับฝ่ายผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ ฝ่ายโครงสร้างจะสร้างหลังฐานเชิงประจักษ์บางอย่างขึ้นมาเสมอ ตัวอย่างเช่น เมื่อเกิดการแจ้งความทุกครั้งโครงสร้างจะเริ่มเก็บรวบรวม ใบคำร้อง ใบแจ้งความ บันทึกประจำวัน และอื่นๆ จากกลุ่มผู้ต่อต้าน นอกจากนั้นยังเรียกร้องเอาข้อมูลส่วนตัวอื่นๆ เช่น ชื่อ-นามสกุลจริง อายุ หรือเบอร์โทรศัพท์ ซึ่งในเวลาต่อมาน่าสงสัยว่าหลักฐานและข้อมูลเหล่านี้ถูกฝ่ายโครงสร้างนำมาใช้เป็นเครื่องมือต่อสู้กับกลุ่มผู้ต่อต้านด้วยหรือไม่ ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

> เมื่อเราไปร้องเรียนกับผู้อำนวยเขตประเวศคนเก่า (สมชาย ฉัตรสกุลเพ็ญ) เราก็ทิ้งเบอร์โทรศัพท์ของเราไว้ ปรากฏว่าในเวลาต่อมามีคนจากตลาดเขาโทรมาหาเรา ให้ทนายเขามาข่มขู่เรา ถามว่าเขาได้เบอร์โทรมาได้อย่างไร เราไม่เคยรู้จักคนตลาดเลย” น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าว (“10 ที่ป้าทน ตลาดทำพิษ,” 2561)

เมื่อฝ่ายโครงสร้างอุดมไปด้วยเครือข่ายของกลยุทธ์ที่ถูกใช้เพื่อบันทึกประวัติศาสตร์การต่อสู้ในมุมมองและผลประโยชน์ของฝ่ายตนเช่นนี้แล้ว กลุ่มป้าทุบรถ จึงต้องออกอุบายบันทึกประวัติศาสตร์ในมุมมองและผลประโยชน์ของฝ่ายตนบ้างโดยแฝงฝัง “ประวัติศาสตร์แห่งการต่อสู้” เหล่านี้ไว้ในสื่อวัตถุต่างๆ รอบตัวดังต่อไปนี้

(1) ลวดสลิงและกระบะปลูกต้นไม้

> สลิงหน้าบ้านติดมาประมาณ 5-6 ปีแล้ว เอาสลิงหน้าบ้านมากั้นเพราะมีการจัดตลาดยามวิกาล คนที่เขาเข้ามาละเมิดสิทธิเราเนี่ยเขาก็เสียบรถเข้ามาหน้าบ้าน เสียบจนเกือบจะติดประตูเลยแล้วก็ขนถ่ายสินค้า แล้วก็ไม่ใช่ขนถ่ายวันเดียว มาทำตลอด เป็นการทำตลาดตั้งแต่ 5 โมงเช้าจนถึงเที่ยงวัน (“ป้าทุบรถสุดทน,” 2561)

ภาพที่ 4.7 ภาพสลิงหน้าบ้านกลุ่มป้าทุบรถ
(*แกลเลอรีรูปภาพ ดูกันจะๆ,* สนุกดอทคอม, 2561)

แม้หน้าที่โดยตรงของสลิงนั้นจะใช้เพื่อกีดขวางไม่ให้รถขนถ่ายสินค้าสามารถมาจอดประชิดประตูของบ้านดังคำให้สัมภาษณ์ แต่อีกทางหนึ่ง สลิงถือเป็นสื่อวัตถุชนิดหนึ่งที่ใช้บอกเล่าเหตุการณ์การต่อสู้และการเขียนประวัติศาสตร์ของตนเองว่าเดือดร้อนจากการทำตลาดในช่วงกลางคืนมากเพียงใด ซึ่งในเวลาต่อมา สื่อวัตถุที่เป็นเหมือนประวัติศาสตร์ชิ้นนี้ก็ถูกหยิบยกนำมาเล่าสู่สาธารณะผ่านสื่อมวลชนดังที่ปรากฏในคำให้สัมภาษณ์แก่รายการต่างๆ เช่น รายการถามตรงๆ กับจอมขวัญ (2561) รายการดราม่าโซเชียล (2561) รายการเล่นใหญ่จัดใหญ่ และอื่นๆ อีกหลายรายการ

สื่อวัตถุที่ถูกนำมาใช้เพื่อสื่อความหมายใกล้เคียงกันอีกชิ้นคือกระบะต้นไม้

“หน้าบ้านเรามีกระบะที่ปลูกดอกไม้นะ มีกว่า 30 กระบะ เราปลูกต้นโมก ต้นโมกเป็นไม้ที่ทนแดดทนฝนแล้วเวลาถูกฤดูกาลก็จะออกดอกหอมมาก แต่พอปลูกไม่นานต้นไม้ตายเรียบและตายในเวลาเดียวกัน จนเราต้องทำเอกสาร ถ่ายรูป ส่งศาล” น.ส.รัตนฉัตร แสงหยกตระการ (“ความในใจป้าทุบรถ,” 2561)

ภาพที่ 4.8 กระบะดอกไม้ที่มีการเปลี่ยนต้นไม้แล้วจากต้นโมกข์เป็นต้นเข็ม
(*แกลเลอรีรูปภาพ ดูกันจะๆ*, สนุกดอทคอม, 2561)

เช่นเดียวกับสลิง กระบะและดอกไม้หน้าบ้านเป็นสื่อวัตถุที่ใช้บันทึกประวัติศาสตร์ของความเดือดร้อนที่กลุ่มป้าทุบรถ ถูกกลั่นแกล้งจากชาวตลาดที่มาทำให้ต้นไม้ตายจนต้องเปลี่ยนต้นไม้หลายครั้ง แต่ที่น่าสนใจของกระบะดอกไม้คือแม้ ป้าทุบรถ จะกล่าวว่าประโยชน์โดยตรงของกระบะดอกไม้ก็เพื่อประดับประดาหน้าบ้านให้สวยงาม แต่ผู้วิจัยเห็นว่าส่วนหนึ่งกระบะดอกไม้เหล่านี้มีไว้เพื่อกันไม่ให้มีการทำตลาดหน้าบ้านของตนเองเพราะในอดีตบ้านของกลุ่มป้าทุบรถเคยมีตลาดมาตั้งตามภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 4.9 ป้าทุบรถ แสดงให้เห็นว่ามีการทำตลาดหน้าบ้านของตนในอดีต
(ฟังกันอีกครั้ง!, เนชั่นทีวี, 2561*)*

ดังนั้น เห็นได้ว่ากระบะต้นไม้ไม่เพียงบันทึกประวัติศาสตร์แห่งการถูกรังแกจากชาวตลาด หากแต่ยังบันทึกวิถีการต่อสู้ด้วยการใช้กระบะต้นไม้กีดขวางทางทำตลาดซึ่งเป็นอุบายที่ไม่ดีเท่าไหร่นักเพราะแม้จะทำให้ชาวตลาดไม่สามารถขึ้นมาทำตลาดประชิดแนวรั้วได้แต่ก็ยังเกิดความเดือดร้อนอื่นๆ อยู่ตามที่กล่าวมาข้างต้น

4.1.1.3 ขีดเขียนสร้างสื่อวัตถุ-มอบความชอบธรรมแก่การต่อสู้

ตามที่กล่าวในหัวข้อ สร้างสรรค์สื่อวัตถุ-บันทึกประวัติศาสตร์คนธรรมดา เมื่อกลยุทธ์หนึ่งที่ฝ่ายโครงสร้างใช้คือการสร้างประวัติศาสตร์การสร้างประจักษ์พยานบางอย่างขึ้นมาเสมอ วิธีการหนึ่งที่ฝ่ายคนธรรมดาผู้ต่อต้านใช้เพื่อสู้กลับการกดทับนี้คือการใช้หลักฐานเอกสารทางด้านกระบวนการยุติธรรม (ซึ่งก็เป็นอาวุธที่ฝ่ายโครงสร้างใช้เพื่อกดทับเหล่าคนธรรมดาเช่นกัน) เพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่ตนเอง และย้อนกลับไปตอบโต้ฝ่ายโครงสร้าง

(1) จดหมายศาล

"การจัดสรรที่ดินหมายเลขที่ 70/2526 ให้เป็นที่ดินจัดสรร 289 แปลง... รวมถึงคำพิพากษาของศาลปกครอง กรณีคดีสิ่งแวดล้อม 2556 ซึ่งให้การคุ้มครองพวกเรา ไม่ให้ตลาดมาทำความเดือดร้อน" ("ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

จดหมายศาลและคำพิพากษาต่างๆ ถือเป็นสื่อที่กลุ่มป้าทุบรถ ใช้เป็นอุบายหลักในการต่อสู้ ส่วนหนึ่งหมายศาลและคำพิพากษาเป็นสื่อซึ่งมอบความถูกต้องและความชอบธรรมให้แก่กลุ่มป้าทุบรถ อย่างเห็นได้ชัด และกลุ่มป้าทุบรถ เอกก็รับเอาวาทกรรมทางกฎหมายนี้มาเป็นอุบายหลักทางการต่อสู้ เช่น ป้าทุบรถ มักจะแสดงหลักฐานซึ่งเป็นหมายศาลและคำสั่งศาลในการสัมภาษณ์ แม้ไม่ยกขึ้นเพื่อแสดงให้เห็นแต่ก็มีกองเอกสารกระดาษสีขาวซึ่งอนุมานได้ว่าเป็นคำสั่งศาลที่พกติดตัวมาเสมอ

ภาพที่ 4.10 แสดงเอกสารจัดสรรที่ดินหมายเลขที่ 70/2526 ให้สื่อมวลชนดูในการแถลงข่าว ("ป้าทุบรถแถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

ภาพที่ 4.11 กองเอกสารที่ ป้าทุบรถ นำมาแสดงในรายการ เดอะ สแตนดาร์ด เดลี่ (*ความในใจป้าทุบรถ*, 2561)

นอกจากนั้น สื่อคำสั่งศาลและคำพิพากษาซึ่งเป็นสื่อเอกสารที่น่าเชื่อถือ มีการรับรองจากหน่วยงานรัฐ และปลอมแปลงได้ยาก ยังถูกนำไปอ้างอิงว่าเป็นหลักฐานถึงการต่อสู้ตลอด “10 ปี” ที่ผ่านมา ทั้งที่จริงๆ แล้วไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ชิ้นใดที่แสดงถึงว่ามีการต่อสู้กว่า “10 ปี” จริง เพราะคำสั่งศาลที่เก่าที่สุดคือคำพิพากษาของศาลปกครอง กรณีคดีสิ่งแวดล้อม เมื่อปีพุทธศักราช 2556 เท่านั้น

(2) ป้ายประกาศหน้าบ้าน

แม้จะมีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมาหลายอย่างแล้ว แต่ความเดือดร้อนก็ยังดำเนินต่อไป ป้ายประกาศต่างๆ ที่ถูกติดไว้บริเวณประตูและหน้าบ้านก็เป็นอีกสื่อวัตถุหนึ่งซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อเขียนประวัติศาสตร์แห่งการต่อสู้ให้แก่กลุ่มป้าทุบรถ โดยบันทึกการต่อสู้ใน 3 ลักษณะ ได้แก่ ทางด้านการศาล ด้านการรวมพลังชุมชน และด้านความเดือดร้อนและการต่อสู้ดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.12 ป้ายหน้าบ้านของ ป้าทุบรถ ทั้งหมด 11 ป้าย โดยที่หมายเลข 1 คือป้ายประกาศบันทึกประวัติศาสตร์ด้านการศาล หมายเลข 2 คือป้ายประกาศบันทึกประวัติศาสตร์ด้านการรวมพลังชุมชน และหมายเลข 3 ป้ายประกาศบันทึกประวัติศาสตร์ด้านความเดือดร้อนและการต่อสู้
(เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์, 2561)

1. ป้ายประกาศบันทึกประวัติศาสตร์ด้านการศาล

ป้ายประกาศลักษณะนี้ (ตำแหน่งหมายเลข 1) คือการนำเอาคำพิพากษาและคำตัดสินคุ้มครองของศาลปกครองต่างๆ มาขยายข้อความและติดหน้าบ้านเพื่อเป็นพยานยืนยันว่ามีกระบวนการต่อสู้กับตลาดมาอย่างไรบ้าง ตำแหน่งที่แปะป้ายเกี่ยวกับคำสั่งและคำพิพากษาของศาลนั้นคือประตูรั้วด้านบนซึ่งเป็นตำแหน่งที่สำคัญที่สุดและเห็นได้ชัดที่สุดซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มป้าทุบรถ ให้ความสำคัญกับกฎหมายมากเนื่องจากอุบายการต่อสู้ของกลุ่มตนยึดโยงความชอบธรรมมาจากกฎหมายทั้งสิ้น

เนื้อหา

คำพิพากษา

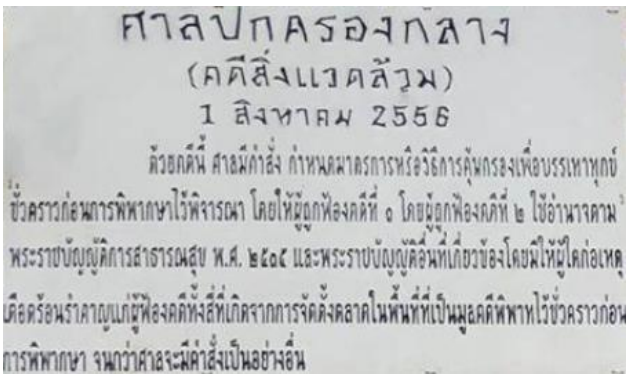
28 มีนาคม 2556

พิพากษาให้ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 1 พิจารณาดำเนินการตามมาตรา 40 และมาตรา 42 แห่งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 กับอาคารตลาดที่ได้ออกใบรับหนังสือแจ้งความประสงค์จะก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอนหรือเคลื่อนย้ายอาคาร หรือเปลี่ยนการใช้อาคารโดยไม่ยื่นคำขอรับใบอนุญาตตามมาตรา 39 ทวิ เลขที่ 134/2554 ลงวันที่ 11 มีนาคม 2554 และเลขที่ 130/2554 ลงวันที่ 10 มีนาคม 2554 และให้ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 2 ดำเนินการตามมาตรา 47 แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 กับผู้ที่ได้รับใบรับหนังสือแจ้งความประสงค์จะก่อสร้าง เลขที่ 134/2554 และเลขที่ 130/2554 ทั้ง 2 รายการ อีกทั้ง ผู้ที่ค้าขายในถนนหรือในที่ทางสาธารณะที่พิพาทในคดีนี้

กรณีที่ประกอบกิจการโดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นและก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยบริเวณหน้าตลาดที่พิพาทและบริเวณหน้าบ้านของผู้ถูกฟ้องคดีทั้งสี่โดยให้ดำเนินการภายใน 30 วันนับแต่วันที่คดีถึงที่สุด

ภาพที่ 4.13 ป้ายประกาศระบุถึงคำพิพากษาของศาลปกครอง
(เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์, 2561)

สังเกตได้ว่าป้ายเหล่านี้คือการยกข้อความในคำสั่งศาลปกครองกลางมาทั้งหมดโดยไม่ดัดแปลงข้อความส่วนหนึ่งส่วนใด แต่มีการเปลี่ยนรูปแบบตัวอักษรให้แปลกตา ส่วนนี้ผู้วิจัยตีความว่าตัวอักษรที่แปลกตานั้นทำเพื่อแสดงความรู้สึกเข้าไปร่วมกับไปคำสั่งศาล เพราะฟอนต์ตัวอักษรนี้เป็นฟอนต์ชื่อ แวมไพร์ สร้างสรรค์โดยดุสิต สุภาสวัสดิ์ (2543) ซึ่งผู้ออกแบบต้องการสร้างรูปแบบตัวอักษรที่สะท้อนถึงความรู้สึกการต่อสู้ ถูกกดขี่ และความคับแค้น นอกจากนั้นยังใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่และสะดุดตาเพื่อเป็นสัญญะแทนการระบายทุกข์ที่มากมายมหาศาล


ศาลปกครองกลาง
(คดีสิ่งแวดล้อม)
1 สิงหาคม 2556
ด้วยคดีนี้ ศาลมีคำสั่ง กำหนดมาตรการหรือวิธีการคุ้มครองเพื่อบรรเทาทุกข์
ชั่วคราวก่อนการพิพากษาไว้พิจารณา โดยให้ผู้ถูกฟ้องคดีที่ ๑ โดยผู้ถูกฟ้องคดีที่ ๒ ใช้อำนาจตาม
พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๐๕ และพระราชบัญญัติอื่นที่เกี่ยวข้องโดยมิให้ผู้ใดก่อเหตุ
เดือดร้อนรำคาญแก่ผู้ฟ้องคดีทั้งสี่ที่เกิดจากการจัดตั้งตลาดในพื้นที่ที่เป็นมูลคดีพิพาทไว้ชั่วคราวก่อน
การพิพากษา จนกว่าศาลจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

เนื้อหา

ศาลปกครองกลาง

(คดีสิ่งแวดล้อม)

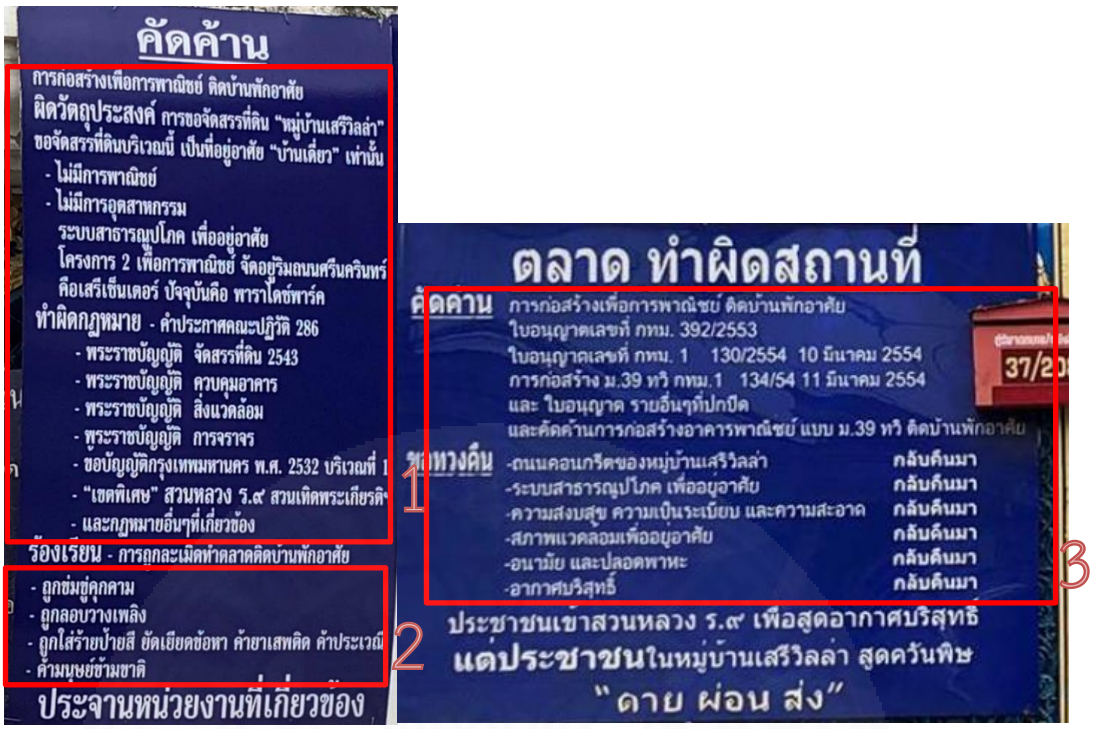
1 สิงหาคม 2556

ด้วยคดีนี้ ศาลมีคำสั่ง กำหนดมาตรการหรือวิธีการคุ้มครองเพื่อบรรเทาทุกข์ชั่วคราวก่อนการพิพากษาไว้พิจารณา โดยให้ผู้ถูกฟ้องคดีที่ 1 โดยผู้ถูกฟ้องคดีที่ 2 ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2505 และพระราชยัญญัติอื่นที่เกี่ยวข้องโดยมิให้ ผู้ใดก่อเหตุเดือดร้อนรำคาญแก่ผู้ฟ้องคดีทั้งสี่ที่เกิดจากการจัดตั้งตลาดในพื้นที่ที่เป็นมูลคดีพิพาทไว้ชั่วคราวก่อนการพิพากษา จนกว่าศาลจะมีคำสั่งเป็นอย่างอื่น

ภาพที่ 4.14 ป้ายประกาศระบุถึงคำพิพากษาของศาลปกครองที่ใช้ฟอนต์ แวมไพร์ แทนฟอนต์ปกติ (เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์, 2561)

2. ป้ายประกาศบันทึกประวัติศาสตร์ด้านการรวมพลังของชุมชน

ป้ายประกาศ (ตำแหน่งหมายเลข 2) มีทั้งหมด 6 ป้ายแต่อยู่ในตำแหน่งด้านข้างและอยู่ต่ำลงมาจากคำพิพากษาของศาลปกครอง (ตำแหน่งหมายเลข 1) ลงมาซึ่งสะท้อนว่ากลุ่มป้าทุบรถ ให้ความสำคัญกับการอ้างความชอบธรรมจากประชาชนเป็นอันดับที่สอง เนื้อหาของป้ายโดยรวมระบุถึง 3 ประเด็นหลัก หนึ่ง ฐานความผิดที่ตลาดละเมิดกฎหมายต่างๆ สอง รายละเอียดของความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น สาม ข้อความเรียกร้องให้หน่วยงานของรัฐบาลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างของป้ายลักษณะนี้เป็นดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.15 ป้ายประกาศระบุถึงมติของชาวหมู่บ้านเสรีวิลล่าที่ร่วมมือกันต่อต้านตลาด (เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์, 2561)

จากภาพข้างต้น เห็นได้ว่าข้อความในป้ายประกาศจะเริ่มจากการระบุถึงหลักฐานความผิดที่ตลาดละเมิดตามกฎหมายต่างๆ เพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่การเรียกร้องก่อน (หมายเลข 1) ซึ่งส่วนนี้คือการใช้เหตุผลและหลักฐานเข้าต่อสู้ จากนั้นจึงนำปัญหาความเดือดร้อนต่างๆ มาไล่เรียงให้เห็นโดยใช้ภาษาไม่ทางการและถ้อยคำเร้าอารมณ์ เช่น ถูกใส่ร้ายป้ายสี ถูกยัดเยียดข้อหา ถูกลอบวางเพลิง ถูกข่มขู่คุกคาม เพื่อให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์คล้อยตาม (หมายเลข 2) ส่วนนี้คือการใช้อารมณ์และการสร้างความรู้สึกร่วมมาใช้ในการต่อสู้ คำที่น่าสนใจในส่วนนี้คือคำว่า "ประจาน" เนื่องจากปกติการกระทำนี้เป็นการกระทำที่ผู้มีอำนาจเหนือกว่าใช้กดทับผู้มีอำนาจน้อยกว่า เช่น ตัดหัวเสียบประจาน พาตระเวนประจานทั่วเมือง จุดมุ่งหมายของการประจานคือการทำให้เข็ดหลาบและสั่งสอนให้รู้สำนึก (ราชบัณฑิตยสถาน, 2561) ดังนั้น การใช้คำว่า "ประจาน" จึงเหมือนเป็นการพลิกเกมของกลุ่มป้าทุบรถ ที่มีอำนาจน้อยกว่าแต่สามารถใช้สถานการณ์แห่งปัญหาพลิกบทบาทจากผู้ถูกกระทำให้กลายเป็นผู้กระทำและ "ประจาน" หน่วยงานราชการกลับไป ปิดท้ายด้วยการบอกอย่างตรงประเด็นว่ากลุ่มต้องการเรียกร้องสิ่งใด เช่น คัดค้าน ประจานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือข้อความ "คัดค้าน ขอทวงคืน" (หมายเลข 3) ล้วนแล้วแต่เป็นการปิดท้ายข้อความด้วยคำที่ทรงพลังที่มุ่งเน้นให้เกิดการเคลื่อนไหว เกิดการเรียกร้องต่อไปได้

ที่น่าสนใจคือสารที่เขียนอยู่บนป้ายนั้นเริ่มไม่ใช่ข้อเท็จจริงทั้งหมดแต่เป็น “ความจริง” ซึ่งคือส่วนผสมระหว่างข้อเท็จจริงกับอารมณ์ความรู้สึกดังตัวอย่างป้ายข้างต้น เมื่อผู้อ่านมาอ่านป้ายจะได้ทั้งข้อมูลด้านกฎหมายและรู้สึกมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์ จนเกิดความคล้อยตามไปได้

3. ป้ายประกาศบันทึกประวัติศาสตร์ด้านความเดือดร้อนและการต่อสู้

นอกจากป้ายที่ระบุถึงคำพิพากษาของศาลปกครองและมติของชาวหมู่บ้านเสรีวิลล่าแล้ว ยังมีป้ายส่วนตัวที่ห้ามการกระทำผิดและสาปแช่งผู้คุกคามตน การห้ามปรามและการสาปแช่งนั้นคือการบริหาร “อำนาจ” ของตนเอง ทั้งอำนาจอันได้รับมอบจากสิทธิทางกฎหมาย กล่าวคือเจ้าของบ้านสามารถห้ามปรามมิให้บุคคลใดมารุกล้ำพื้นที่หน้าบ้านของตนได้ และอำนาจที่อ้างอิงมาจากสิ่งเหนือธรรมชาติเพื่อทำร้ายทำลายฝั่งตรงข้าม ตามความเชื่อของศาสนาพุทธการแช่งบุคคลหนึ่งบุคคลใดจะไม่เกิดผลอันใดเลยหากผู้แช่งไม่เป็นรักษาศีล มีสัจจะ ไม่เคยโกหก และเป็นผู้มีพระคุณมากต่อผู้ถูกสาปแช่งนั้นหมายความว่าเมื่อกลุ่มป้าทุบรถ กล้าแช่งผู้อื่นแสดงว่าต้องมีความมั่นใจว่าตนเองเป็นผู้มีศีลมีธรรมและเป็นผู้มีความดีงามกว่าอีกฝ่าย หาไม่แล้ว ผลกรรมจากการแช่งนั้นจะได้รับผลกรรมทำให้ลำบากไปด้วย (“ความเชื่อกับความใช่ คำสาปแช่ง,” 2553)

ภาพที่ 4.16 ป้ายประกาศห้ามการละเมิดสิทธิของตน อันอ้างอิงอำนาจจากกฎหมาย
(เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์, 2561)

ภาพที่ 4.17 ป้ายสาปแช่งผู้ละเมิดสิทธิ อันอ้างอิงอำนาจจากกฎศาสนา
(เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์, 2561)

Ref. code: 25615807300040CHL

โดยสรุป ผู้วิจัยเห็นว่าจุดร่วมของป้ายประกาศทั้งสามแบบที่น่าสนใจและส่งผลต่อการขับเคลื่อนการต่อสู้นั้นมีด้วยกัน 3 ประการ หนึ่ง ใช้ฟอนต์ตัวอักษรเพื่อสื่อถึงอารมณ์ความรู้สึก ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกเป็นทางการผ่านฟอนต์ตัวอักษร TH Sarabun หรือความรู้สึกคับแค้นและถูกกดขี่ผ่านฟอนต์ตัวอักษร แวมไพร์ ดังที่วิเคราะห์ไปแล้ว สอง ขนาดของตัวอักษรที่ถูกขยายใหญ่กว่าปกติมากและตำแหน่งของป้ายที่ถูกติดไว้หน้าบ้านซึ่งเป็นส่วนที่ผู้สัญจรไปมาเห็นได้ชัดเจนมากที่สุดเป็นอุบายในการ “ขยายเสียง” การต่อสู้ของกลุ่มและยังเป็นการชี้ประจานการทำงานอันบกพร่องของหน่วยงานราชการ สาม เนื้อหาของป้ายทั้งสามประเภทเน้นการให้ข้อมูลแต่ยังแฝงไปด้วยการนำเสนออารมณ์ความรู้สึกอันคับแค้น อันถูกกดดัน อันตกเป็นผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนประเด็นปัญหาด้วยอุบาย “ให้ข้อมูลผสมความบันเทิง” (infotainment) ที่น่าสนใจและจะวิเคราะห์ต่อไปในส่วนของอุบาย

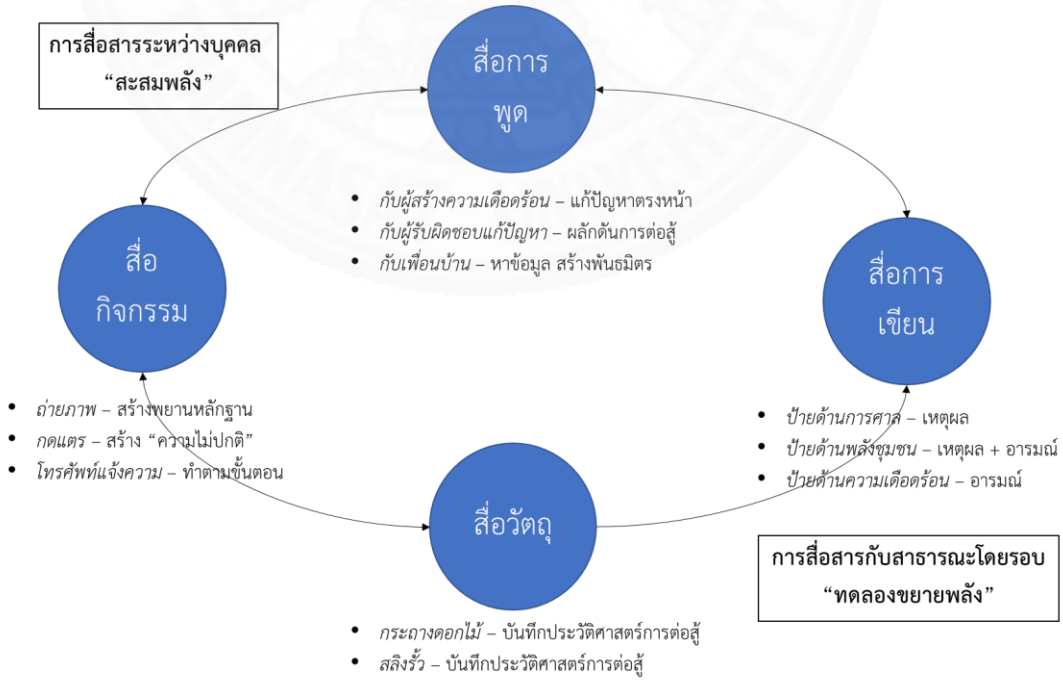
ผู้วิจัยเห็นว่าอุบายในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้าเพื่อพูดคุยกับผู้จอดรถกีดขวางทางหน้าบ้าน พูดคุยกับเพื่อนบ้านเพื่อรวบรวมพันธมิตร การใช้สื่อกิจกรรม เช่น การถ่ายภาพเพื่อสร้างหลักฐาน การบีบแตรเพื่อประกาศความเดือดร้อน การโทรศัพท์เพื่อเริ่มขับเคลื่อนการต่อสู้ การใช้สื่อวัตถุ เช่น สลิงหน้าบ้าน กระบะต้นไม้ คำพิพากษาของศาล และป้ายประกาศต่างๆ อาจไม่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงแบบถอนรากถอนโคนคือการนำตลาดออกไปจากหมู่บ้านเสรีวิลล่าได้ หากแต่บนพื้นที่หมู่บ้านเสรีวิลล่าตลอด “10 ปี” นี้ กลุ่มป้าทุบรถได้แปรเปลี่ยนสนามแห่งความขัดแย้งให้กลายเป็นสนามทดสอบอันบ่มเพาะประสบการณ์แห่งการต่อต้านของตนเองอย่างแยบยล อย่างที่ฝ่ายโครงสร้างผู้กดขี่และมีอำนาจมากกว่าไม่ทันสังเกตเห็น อ้างอิงตามที่ James C. Scott (1985) ให้แนวคิดไว้ว่าการเคลื่อนไหวของคนธรรมดาผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบนั้นไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้หากไม่มีการเริ่มทดลองอำนาจของตนเองเพื่อขยายขอบเขตแห่งความเป็นไปได้ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้มาก่อนหน้านี้ ที่สำคัญคือการทดสอบอำนาจเหล่านี้ทำให้เหล่าคนธรรมดาเข้าใจวิธีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่างๆ (การสื่อสารแบบเห็นหน้า การสื่อสารผ่านตัวกลาง การสื่อสารผ่านการเขียน)

เมื่อนำมาปรับเข้ากับกรณีของ ป้าทุบรถ เห็นได้ว่าก่อนเกิดเหตุการณ์ทุบรถนั้น ป้าทุบรถ เริ่มทดสอบและทดลองการใช้สื่อประเภทต่างๆ พร้อมเรียนรู้ข้อดี ข้อเสีย และข้อจำกัดอย่างละเอียด เราจึงพบว่ามีสื่อบางชนิดที่ ป้าทุบรถ เลือกเก็บไว้ใช้เพื่อผลประโยชน์บางอย่าง สื่อที่มีประโยชน์และถูกเก็บไว้ อาทิเช่น กิจกรรมการโทรศัพท์แจ้งความที่แม้จะไม่นำไปสู่การแก้ปัญหาแต่ก็มีประโยชน์ในแง่การมอบความชอบธรรมให้แก่การต่อสู้ต่อไป สื่อที่ไม่มีประโยชน์และถูกละทิ้งไป อาทิเช่น การร้องเรียนปัญหากับพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำหมู่บ้านซึ่งไม่สามารถแก้ไขปัญหาอะไรได้และยังไม่มีอำนาจมากพอที่จะช่วยเหลือในการต่อสู้กับหน่วยงานรัฐบาลอีก

Ref. code: 25615807300040CHL

เห็นได้ว่าแม้การต่อสู้ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารทั้งสามยุคคือการสื่อสารแบบเห็นหน้า (oral culture) การสื่อสารด้วยป้ายประกาศผ่านการเขียน (literacy culture) และการสื่อสารผ่านตัวกลาง (secondary orality) เช่น โทรศัพท์ แม้ยังไม่พลังพอที่จะขับเคลื่อนให้การต่อสู้บรรลุผลสำเร็จทั้งในระดับต้นคือการแก้ปัญหาความเดือดร้อน เนื่องจากเราพบว่ายังมีคนจอดรถขวางหน้าบ้านและทำความเดือดร้อนต่างๆ นานาให้แก่ผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านเสรีวิลล่า รวมถึงไม่ประสบความสำเร็จในทำให้ผู้มีอำนาจในระดับสูง เช่น หน่วยงานราชการตำรวจ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร หรือรัฐบาลออกมาเคลื่อนไหวเพื่อแก้ปัญหาของผู้มีอำนาจน้อยกว่าได้นั้น แต่ที่สำคัญของการทดสอบใช้อุบายผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารแบบต่างๆ ในระยะก่อนการทุบรถนั้นคือการฝึกฝน “กล้ามเนื้อ” หรือคืออำนาจที่ใช้เพื่อสร้างและควบคุมอุบายให้เป็นไปตามที่ใจต้องการโดยการเข้าใจธรรมชาติของเทคโนโลยีการสื่อสารแบบต่างๆ การฝึกฝนนี้ไม่เพียงสร้างความเชี่ยวชาญให้เกิดขึ้น หากแต่ยังบ่มเพาะจิตสำนึกแห่งการต่อต้านที่ทำให้คนธรรมดาเกิดทั้งความเชื่อมั่นและความหวังว่าแม้ตนจะถูกกดขี่และถูกเอาเปรียบมากเพียงใด แต่ก็ยังมีช่องว่างบางอย่าง มีรอยรั่วบางจุดที่ตนสามารถแทรกซึมเข้าไปเพื่อลุกขึ้นต่อต้านหน่วยงานของรัฐบาลในบางจังหวะได้

เมื่อสะสมประสบการณ์แห่งการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารมาอย่างเพียงพอแล้ว สิ่งที่เหลือคือการรอ “จังหวะและโอกาสอันเหมาะสม” ที่จะพลิกสถานการณ์จากการเป็นผู้ถูกกดขี่เป็นผู้ไล่กวดฝ่ายตรงข้ามขึ้นมา



ภาพที่ 4.18 สรุปการใช้สื่อระยะก่อนเกิดเหตุการณ์

4.1.2 ระหว่างเกิดเหตุการณ์

ตามความคิดของ Michel de Certeau (1987) ซึ่งทบทวนไว้ก่อนหน้านี้ในบทที่ 2 การต่อสู้ของคนธรรมดาจะสำเร็จไปไม่ได้หากปราศจาก "จังหวะและโอกาสในช่วงเวลาอันไม่ปกติของสังคม" ทั้งนี้ James C. Scott (1985) ยังระบุเพิ่มว่าการเกิดขึ้น "จังหวะและโอกาส" ดังว่านั้นไม่สามารถเกิดจากความบังเอิญเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเกิดจากการสร้างสรรค์แผนการอันแยบคายผ่านประสบการณ์การต่อสู้ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ก่อนหน้านี้

กรณีของ ป้าทุบรถ ผู้วิจัยเห็นว่าความบังเอิญคือการที่กระบะนิสสัน สีขาว เข้ามาจอดขวางหน้าบ้านซึ่งเป็นรั้วประตูใหญ่และล็อคเกียร์ไว้ แต่สิ่งที่ไม่บังเอิญคือการที่กลุ่มผู้ถูกเอาเปรียบใช้โอกาสนี้จัดการเปลี่ยนความบังเอิญให้กลายเป็น "จังหวะและโอกาส" โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารหลายชนิดเข้ามาร่วมในเหตุการณ์ดังผู้วิจัยจะแจกแจงต่อไปนี้

4.1.2.1 สื่อกิจกรรม

เมื่อสบโอกาสและจังหวะที่เหมาะสมแล้ว เทคโนโลยีการสื่อสารชนิดแรกที่กลุ่มป้าทุบรถ นำเข้ามาใช้ในการต่อสู้คือสื่อกิจกรรม อันได้แก่ การถ่ายภาพ การบีบแตร และการโทรศัพท์แจ้งความ

สำหรับช่วงแรกผู้วิจัยพบว่าการใช้เทคโนโลยีสื่อทั้งลำดับขั้นและจุดประสงค์นั้นเป็นไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นในระยะก่อนเกิดเหตุการณ์ก่อนหน้านี้ กล่าวคือ หนึ่ง เริ่มต้นด้วยการถ่ายภาพความเดือดร้อนไว้เป็นหลักฐานเพื่อสื่อถึงความเดือดร้อนจริง เก็บไว้ใช้เพื่อต่อสู้กับผู้มีอำนาจและยืนยันว่าตนเป็นฝ่ายที่ถูกต้อง สอง บีบแตรรถยนต์เพื่อประกาศกร้าวและตำหนิผู้มาเอารัดเอาเปรียบ อีกทั้งเพื่อเรียกระดมพลกลุ่มชาวบ้านผู้เสียประโยชน์และกลุ่มคนธรรมดาทั่วไปให้มาร่วมสนับสนุนและเป็นสักขีพยาน สังเกตว่าช่วงนี้ ป้าทุบรถ ไม่ได้ทุบรถทันทีหากแต่เดินถือขวานวนรอบๆ รถกระบะสักพักหนึ่ง เพื่อเปลี่ยน "ความปกติ" ให้กลายเป็น "ความไม่ปกติ" สาม การโทรศัพท์แจ้งความตามพิธีกรรมเพื่อประกาศว่าตนจะขับเคลื่อนการต่อสู้ต่อไป

ผู้วิจัยเห็นว่าการใช้สื่อกิจกรรมรูปแบบต่างๆ ในช่วงนี้คือการ "บ่มเตรียม" สถานการณ์ให้สุกงอมพร้อมแก่การพัฒนาการต่อสู้ไปสู่ขั้นต่อไป หนึ่ง ถ่ายรูปคือการสร้างพยานหลักฐาน สอง การบีบแตรรถยนต์คือการสร้างสถานการณ์ไม่ปกติสุขเพื่อเรียกรวมเหล่าผู้สนับสนุน ผู้กดขี่ รวมถึงสักขีพยาน มาเฝ้าดูเหตุการณ์ และเป็นเหมือนการ "ไต่บันได" อารมณ์ของผู้คน ทำให้บรรยากาศเกิดความตึกเครียดและจะถูกปลดปล่อยเมื่อเกิดการ "ทุบรถ" ภาพหลัง สาม การโทรศัพท์แจ้งความเพื่อแสดงว่าตนเล่นตามกติกาและพร้อมเดินหน้าสู่การต่อต้านขั้นต่อไปอย่างชอบธรรม

4.1.2.1 "ขวาน" สื่อวัตถุและสื่อกิจกรรมที่กลายเป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้

เมื่อ "บ่มเตรียม" สถานการณ์จนสุกงอมแล้ว กลุ่มป้าทุบรถ เริ่มทำการสร้างความหมาย (signify) ให้แก่สื่อวัตถุและสื่อกิจกรรมชนิดหนึ่งเพื่อให้มันกลายเป็นเครื่องมือในการ

เปลี่ยนความปกติในชีวิตประจำวัน (ordinary life) ให้กลายเป็นความ “ไม่ปกติ” เครื่องมือที่ถูกเลือกใช้ คือ ขวานมือ เสียม ซึ่งต่อมากลายเป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้ครั้งนี้ตามฉายา ป้าทุบรถ ลักษณะตามรูปภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 4.19 ขวานมือและเสียม (เรียงจากซ้าย-ขวา)
(คลิปป้าทุบรถ, ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น, 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่า ขวานมือ (Hatchet) ซึ่งต่อมากลายเป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้และผนวกรวมกับตัวป้ากลายเป็น ป้าทุบรถ นั้นเป็นสัญญะที่เปี่ยมไปด้วยความหมาย และมีความสำคัญต่ออุบายการต่อสู้ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ในระยะต่อไป ดังนั้นในส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงจะแบ่งการวิเคราะห์ความหมายเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือสื่อวัตถุ “ตัวขวาน” และสื่อกิจกรรมคือ “การทุบ” ดังต่อไปนี้

(1) ความหมายของขวานมือ (Hatchet)

ภาพที่ 4.20 ขวานมือ
(คลิปป้าทุบรถ, ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น, 2561)

ขวานมือ (Hatchet) ที่ น.ส.รานี แสงหยกตระการ ใช้ในการก่อเหตุการณ์นั้นเป็นขวานมือสีดำทั้งด้าม มีลักษณะผ่านการใช้งานมาแล้วเนื่องจากมีสนิมเกาะในบางส่วนและปลายขวานก็ดูทื่อ อย่างไรก็ตาม ขวานที่กลุ่มป้าทุบรถ อ้างว่าคว้ามาด้วยอาการบันดาลโทสะจากความโมโหที่มีคนมาจอดรถขวางหน้าบ้าน (The Standard Daily, 2561) กลับถ่ายโอนความหมายจากอดีตมายังปัจจุบันในรูปแบบของสัมพันธบท (intertextuality) ไว้ได้อย่างมากมายดังผู้วิจัยจะแจกแจงต่อไปนี้

1. ความหมายตามภูมิศาสตร์

ดร.กระมล ทองธรรมชาติและคณะ (2548) เขียนไว้ในหนังสือแบบเรียนสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม มัธยมศึกษาปีที่ 1 ว่าประเทศไทยมีลักษณะคล้ายขวานโบรณ โดยภาคใต้เป็นด้ามขวาน แนวด้านตะวันตกเป็นสันขวาน ภาคเหนือเป็นหัวขวาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคตะวันออกเป็นคมขวาน

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่า “ขวาน” โดยเฉพาะขวานมือ (Hatchet) ซึ่งมีลักษณะคล้ายขวานโบราณของไทยมากจึงเหมือนเป็นสัญญะแทนประชาชนชาวไทยทั้งประเทศ ตั้งแต่เหนือสุด (หัวขวาน) จนถึงใต้สุด (ด้ามขวาน) การนำขวานมาใช้เพื่อก่อเหตุการณ์จึงเหมือนเป็นการใช้พลังจากประชาชนทั้งประเทศเพื่อต่อสู้กับความอยุติธรรมตรงหน้า

ภาพที่ 4.21 แสตมป์สะสมชุดวันชาติ จำหน่ายวันที่ 5 ธันวาคม (ไบร์ท ทีวี, 2560) แสดงให้เห็นว่าภาพประเทศไทยมีลักษณะคล้ายขวานทองและมีส่วนเชื่อมโยงกับผู้กล้าในหน้าประวัติศาสตร์ของไทย

Ref. code: 25615807300040CHL

2. ทางวัฒนธรรม

ผู้วิจัยพบว่า คนไทยมีความผูกพันกับ “ขวาน” อย่างแน่นแฟ้น อย่างเช่น ในสำนวนไทยเราจะพบสำนวนว่า ขวานผ่าซาก ซึ่งหมายถึงการพูดตรงประเด็นอย่างไม่สนใจผู้อื่น (ราชบัณฑิต, 2554) ขวานในที่นี้จึงหมายถึงความตรงไปตรงมาที่สนใจเพียงเป้าหมายอันถูกต้อง เหมือนกฎหมายที่ป้าทุบรถมักอ้างขึ้นมาใช้เสมอ หรือ หน้าสิ่วหน้าขวาน ซึ่งหมายถึงอยู่ในระยะอันตรายเพราะอีกฝ่ายหนึ่งกำลังโกรธหรือมีเหตุการณ์วิกฤตเป็นต้น มีที่มาจากเวลาที่ช่างไม้กำลังใช้สิ่วหรือขวานทำงานอยู่ เรามักจะห้ามไม่ให้ใครเข้าไปใกล้อยู่ตรงหน้าคมสิ่วคมขวาน (ราชบัณฑิต, 2554) ขวานในที่นี้จึงหมายถึงความใจถึง กล้าได้กล้าเสีย และความตรงไปตรงมา

แต่ที่น่าสนใจคือความหมายของผู้ใช้ขวานในภาพยนตร์เรื่อง บางระจัน (ธนิตย์ จิตนุกูล, 2558) ซึ่งเล่าเรื่องของวีรกรรมชาวบ้านบางระจันที่ปกป้องหมู่บ้านของตนจนตัวตาย หนึ่งในตัวละครหลักที่ปรากฏในเรื่องคือนายทองเหม็นซึ่งเป็นตัวละครบ้าระห่ำที่ถือขวานเข้าต่อสู้กับข้าศึกอย่างกล้าหาญบนหลังควาย หรืออนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจันซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

ภาพที่ 4.22 บิณฑ์ บันลือฤทธิ์ ในบทบาท นายทองเหม็น ภ.บางระจัน (2จี พันทิป, 2558)

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.23 รูปปั้นนายทองเหม็น ณ อนุสาวรีย์วีรชนค่ายบางระจัน
(บ้านแสนสุข, ม.ป.ป.)

เห็นได้ว่าความหมาย “ขวาน” ที่มาปรากฏในการต่อสู้ของ ป้าทุบรถ นั้น มาจากความหมายในหลายทาง ทั้งจากความหมายทางภูมิศาสตร์ ซึ่ง ขวาน หมายถึงตัวแทนของประชาชนไทยทั้งชาติ และความหมายทางวัฒนธรรม ซึ่งหมายความถึง ความตรงไปตรงมา กล้าได้กล้าเสีย และยังเป็นอาวุธของวีรบุรุษสามัญชนที่ใช้เพื่อกอบกู้ชาติให้พ้นจากการคุกคาม

(2) ความหมายของการทุบรถ

น่าสังเกตว่าโดยปกติกิริยาที่คู่กับขวานคือการ “ฟัน” หรือ “จาม” แต่สำหรับกรณีป้าทุบรถนั้น สื่อมวลชนกลับขนานนามให้ว่าเป็น ป้าทุบรถ ไม่ใช่ “ป้าฟันรถ” ซึ่งเหตุผลส่วนหนึ่งอาจมาจากกิริยาการใช้ขวานระหว่างเหตุการณ์ของ น.ส.รานี แสงหยกตระการ ดังภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 4.24 น.ส.รานี ทุบรถที่จอดขวางหน้าบ้าน
(คลิปป้าทุบรถ, ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น, 2561)

Ref. code: 25615807300040CHL

น.ส.รานี เริ่มจากการวิ่งจากข้างประตูรถของบ้านตนเองด้วยท่าทางเหมือนนักรบที่ยกขวานเข้าประจัญกับข้าศึก ก่อนที่จะหยุดหน้ารถกระบะและเงื้อขวานขึ้นเพื่อทุบเข้าไปที่รถอย่างจังหนึ่งครั้ง ตามด้วยทุบเบาๆ อีกสองสามครั้ง จากนั้นจึงเดินไปด้านหน้ารถ ข้างรถอีกด้านเพื่อทุบแรงหนึ่งครั้ง และทุบเบาๆ อีกสองสามครั้ง ระหว่างทุบก็พักและด่าทอชาวตลาดไปด้วย

การทุบรถตามกิริยาดังที่บรรยายนี้มีความหมายที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

ความหมายทางกระบวนการยุติธรรม

ในยุคกลางของอังกฤษ ผู้พิพากษาเริ่มใช้ค้อนเล็กๆ ที่เรียกว่า gavel เพื่อทุบลงบนโต๊ะเพื่อเป็นการแสดงว่าคำตัดสินของตนเป็นที่สิ้นสุด เนื่องจากเมื่อนำค้อนเล็กๆ นี้ทุบลงโต๊ะจะมีเสียง “gafol” ซึ่งฟ้องเสียงกับศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งมีความหมายว่า tribute หรือ สิ่งที่คู่ควรแก่การกระทำ (Merriam Webster, 2016)

“การทุบ” ของผู้พิพากษานั้นนอกจากจะเป็นการแสดงว่าคำตัดสินคือการ “คืนความยุติธรรม” แก่โจทก์และจำเลยแล้ว Demeter (1969) ยังระบุในคู่มือกระบวนการศาลยุติธรรมว่า “การทุบ” อาจสื่อถึงความหมายดังอันหลากหลาย เช่น เป็นการเรียกความสนใจ เป็นการบอกให้ฝูงชนอยู่ในระเบียบและสนใจการตัดสิน รวมถึงเป็นการแสดงว่าคดีเป็นอันสิ้นสุดและจะเริ่มการตัดสินคดีถัดไป

โดยสรุป เห็นได้ว่า “การทุบ” ของป้านั้นไม่เพียงเป็นสื่อกิจกรรมที่แสดงถึงการเรียกร้องให้ทุกคนหยุดและหันมาสนใจกิจกรรมที่กำลังเกิดขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นสัญญะแสดงการเริ่มต้นการต่อสู้คืนความเป็นธรรมตามความหมายทางกระบวนการยุติธรรม

4.1.2.4 เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย

เครื่องแต่งกายของป้าสองคนนั้น (น.ส.ราณี และรัตนฉัตร แสงหยกตระการ) ถือเป็นสื่อวัตถุอีกชนิดหนึ่งที่ถูกใช้เป็นอุบายเพื่อการต่อสู้ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเครื่องแต่งกายของป้าทั้งสองคนไม่เหมือนกันเพราะถูกใช้เพื่อสร้างภาพลักษณ์แก่ผู้ต่อสู้ที่แตกต่างกัน

Ref. code: 25615807300040CHL

(1) เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของ น.ส.ราณี แสงหยกตระการ

ภาพที่ 4.25 เครื่องแต่งกายของ น.ส.ราณี แสงหยกตระการ
(คลิปป้าทุบรถ, ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น, 2561)

เสื้อผ้าที่คุณราณีใส่นั้นเป็นเสื้อเชิ้ต ทำจากผ้าคอตตอนลายตรง มีกระเป๋าที่ตรงหน้าอก ที่น่าสนใจคือเสื้อชนิดนี้ถูกจัดอยู่ในหมวด “เสื้อผ้าบุรุษ” และเป็น “เสื้อผ้าลำลอง” ซึ่งมีความยืดหยุ่นในการทำงาน สามารถใช้ทำงานที่ไม่มีความทางการมากนักได้ (Uniqlo, 2561) แต่ในบริบทของวัฒนธรรม เสื้อเชิ้ตลายขวางนี้เป็นแฟชั่นที่ชาวสวนนิยมใส่กันซึ่งชาวสวนเป็นอาชีพที่มีภาพลักษณ์ต้องใช้ทั้งสติปัญญาในการวางแผนปลูกพืชผลต่างๆ มีความรู้เฉพาะทาง เช่น วิธีการกรีดน้ำยาง แต่ก็ต้องใช้แรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิตต่างๆ

ทางด้านกางเกง เป็นกางเกงขาวเข้ารูปอันเป็นแฟชั่นซึ่งไม่น่าเหมาะกับการทำสวน รองเท้า รองเท้าหนังแบบสานซึ่งถูกจัดอยู่ในรองเท้าแบบแฟชั่นลำลองสำหรับการใช้งานเล่นของสาวอายุประมาณ 25-35 ปี (FILA Thailand, 2561) ซึ่งรองเท้านี้เป็นรองเท้าที่ผู้หญิงชนชั้นกลางนิยมใส่ ส่วนแว่นตาเป็นทรงกลมแบบที่ผู้สูงอายุนิยมใส่เพื่อเสริมภาพลักษณ์ความเป็นผู้ภูมิฐาน

Ref. code: 25615807300040CHL

(2) เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของ น.ส.รัตนฉัตร แสงหยกตระการ

ภาพที่ 4.26 เครื่องแต่งกายของ น.ส.รัตนฉัตร แสงหยกตระการ
(คลิปป้าทุบรถ, ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น, 2561)

เสื้อผ้าที่น.ส.รัตนฉัตรใส่นั้นเป็นเสื้อลินินลายขวางสีแดงเลือดหมู และกางเกงผ้าชีฟองสีแดงเลือดหมู ซึ่งเป็นแฟชั่นการแต่งกายของผู้สูงอายุเชื้อสายจีนที่มีฐานะปานกลางมักใส่กัน รองเท้าก็เป็นรองเท้าหนังหุ้มส้นสีดำที่ผู้สูงอายุนิยมใส่กัน

การแต่งกายของ น.ส.รัตนฉัตรจึงเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์อันเป็นตัวแทนของ “มนุษย์ป้า” ซึ่งเคยมีความหมายด้านลบในสังคมไทยแต่คราวนี้ “มนุษย์ป้า” กำลังสวมภาพลักษณ์ผู้คืนความยุติธรรมให้แก่สังคม

โดยสรุป ผู้วิจัยเห็นว่า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายท่อนบน (เสื้อเชิ้ตและเสื้อซับใน) และแต่งกายท่อนล่าง (กางเกงและรองเท้า) ล้วนแล้วแต่เป็นแฟชั่นการแต่งกายของ “มนุษย์ป้า” ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ถูกสังคมตราหน้าว่าเป็นหญิงวัยกลางคนที่มีพฤติกรรมเห็นแก่ตัว อาศัยความอาวุโสของตนเอารัดเอาเปรียบผู้อื่นโดยไม่สนใจคนรอบข้าง (thairath, 15 มิ.ย. 2557) ดังนั้นการแต่งตัวเช่นนี้มองผิวเผินอาจเป็นอุบายที่ผิดพลาดซึ่งทำให้สังคมด่วนตั้งแง่ดูถูกการกระทำของกลุ่มป้าทุบรถตั้งแต่ต้น อย่างไรก็ตาม เมื่อการต่อสู้ดำเนินไป กลุ่มป้าทุบรถ กลับสามารถพลิกเอาอัตลักษณ์ความเป็น “มนุษย์ป้า” ขึ้นมาเปลี่ยนความหมายเสียใหม่ ผลักดันให้ตนเองกลายเป็นฮีโร่สามัญชนที่พร้อมสู้

กับความอยุติธรรมของสังคม เอาชนะใจกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองซึ่งใกล้ชิดกับ “มนุษย์ป้าชนชั้นกลาง” ผู้วิจัยเห็นว่าความสำเร็จนี้ถือเป็นการรื้อสร้าง (reconstruction) ความหมายของ “มนุษย์ป้า” ให้แก่สังคม

4.1.2.5 สื่อดิจิทัล

หลังจากการทุบรถ กลุ่มป้าทุบรถ ตระหนักว่าจะมีผู้อัดวิดีโอในสมาร์ทโฟนและนำภาพเสียงไปเผยแพร่ต่อในสื่อสังคมออนไลน์ แต่นอกจากจะไม่เกรงกลัวแล้วทั้งสามยังไม่สนใจและปล่อยให้คนรอบๆ ถ่ายวิดิโอไว้ได้ตามสบาย ขณะที่ น.ส.บุญศรี แสงหยกตระการ เองก็ถือกล้องเก็บภาพไปรอบๆ เช่นกัน

ภาพที่ 4.27 กลุ่มป้าทุบรถ ทราบว่ามีการอัดคลิปวิดิโออยู่
จากคลิป “เปิดอีกคลิปประเด็นจอดรถขวางหน้าบ้าน !!เจ้าของรถกระบะ เผชิญหน้า ป้ามือทุบรถ” *(คลิปป้าทุบรถ,* ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น, 2561)

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.28 สรุปการใช้สื่อช่วง ระหว่างเกิดเหตุการณ์

4.1.3 หลังเกิดเหตุการณ์

เมื่อ น.ส.รชนิกร เลิศวาสนา เจ้าของรถกระบะนิสสันนาวารา เข้าแจ้งความร้องทุกข์กล่าวโทษ น.ส.รัตนฉัตร พร้อมพวกที่ก่อเหตุใช้ขวานทุบรถจนพังเสียหายกับตำรวจประเวศ กลุ่มป้าทุบรถ ก็เริ่มใช้อุบายของตนผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เพื่อผลักดันให้การต่อสู้ประสบผลสำเร็จ อย่างไรก็ตาม ระยะนี้ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้มีอำนาจน้อยยังคงใช้อุบายผ่านสื่อที่ปรากฏก่อนหน้านี้ ทั้งสื่อวัตถุ สื่อบุคคล สื่อการเขียน และสื่อดิจิทัล แต่สื่อที่เพิ่มเข้ามาคือ สื่อสารมวลชน ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการผลักดันเรื่องราวเปลี่ยนจากเรื่องส่วนตัวกลายเป็นปัญหาสาธารณะ นำไปสู่ผลสำเร็จในการต่อสู้

การเข้ามามีบทบาทของสื่อมวลชนในเหตุการณ์ ป้าทุบรถ อาจแบ่งออกได้เป็นสามช่วงดังต่อไปนี้

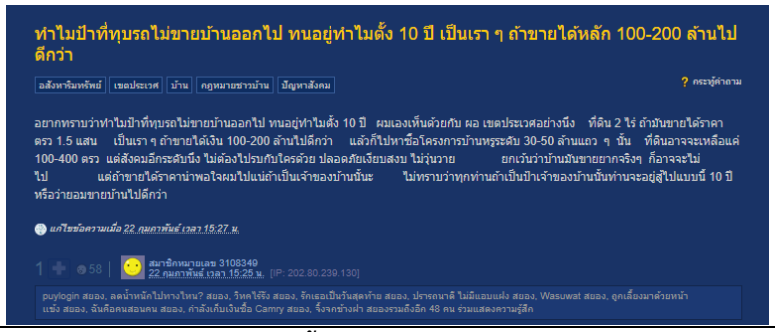
4.1.3.1 สื่อในฐานะผู้พิทักษ์โครงสร้าง

การทำงานของสื่อในช่วงแรกมีแนวโน้มไม่สนับสนุนการต่อสู้ของกลุ่มผู้มีอำนาจน้อยโดยสื่อมวลชนหลายสำนักเลือกนำเสนอภาพวิดิโอของ ป้าทุบรถ ที่มีลักษณะรุนแรง เช่น การใช้ขวานมือและเสียมทุบรถ ท่าทางการเดินที่เอาเรื่อง การนำเสนอคลิปเสียงที่ น.ส.ราณี แสงหยกตระการ ด่าทอเจ้าของรถกระบะด้วยถ้อยคำหยาบคาย นอกจากนี้ การใช้ภาษาในงานข่าวยังแสดงให้

เห็นถึงอคติที่อยู่ตรงข้ามฝ่ายผู้มีอำนาจน้อย เช่น การใช้คำว่า “ป้าหัวร้อน” ขณะที่คู่ตรงข้ามใช้คำว่า “แม่ค้า”

ภาพที่ 4.29 พาดหัวข่าว
(*แม่ค้าเผย “ป้าหัวร้อน”*, นิวส์ ทีวี, 2561)

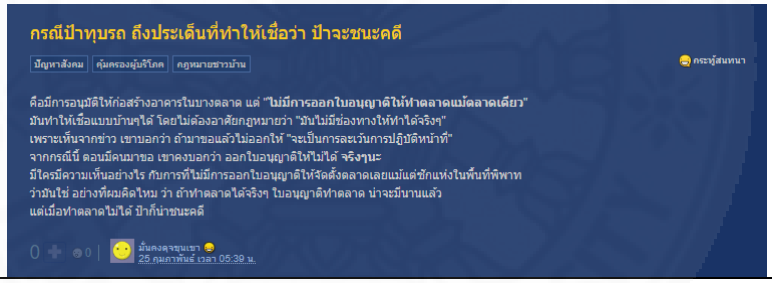
อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ที่ทำให้สื่อมวลชนเริ่มทบทวนท่าทีของตนเองคือกระแสการแสดงความคิดเห็นบนโลกโซเชียลมีเดียซึ่งแตกออกเป็นสองฝ่ายระหว่าง #ทีมตลาด และ #ทีมป้า ตัวอย่างเช่นกระทู้ในพันทิป.com ข้างล่างต่อไปนี้



ทำไมป้าที่ทุบรถไม่ขายบ้านออกไป ทนอยู่ทำไมตั้ง 10 ปี เป็นเราๆ ถ้าขายได้หลัก 100-200 ล้านไปดีกว่า

อยากทราบว่าทำไมป้าที่ทุบรถไม่ขายบ้านออกไป ทนอยู่ทำไมตั้ง 10 ปี ผมเองเห็นด้วยกับ ผอ เขตประเวศอย่างนึง ที่ดิน 2 ไร่ ถ้ามันขายได้ราคา ตรว 1.5 แสน เป็นเราๆ ถ้าขายได้เงิน 100-200 ล้านไปดีกว่าแล้วก็ไปหาซื้อโครงการบ้านหรูระดับ 30-50 ล้านแถวๆ นั้น ที่ดินอาจจะเหลือแค่ 100-400 ตรว แต่สังคมอีกระดับนึง ไม่ต้องไปรบกับใครด้วย ปลอดภัยเงียบสงบ ไม่วุ่นวายยกเว้นว่าบ้านมันขายยากจริงๆ ก็อาจจะไม่ไปแต่ถ้าขายได้ราคาน่าพอใจผมไปแน่ถ้าเป็นเจ้าของบ้านนั้นะ ไม่ทราบว่าทุกท่านถ้าเป็นป้าเจ้าของบ้านนั้นท่านจะอยู่สู้ไปแบบนี้ 10 ปี หรือว่ายอมขายบ้านไปดีกว่า

(*ทำไมป้าที่ทุบรถ*, พันทิป, 2561)



กรณีป้าทุบรถ ถึงประเด็นที่ทำให้เชื่อว่า ป้าจะชนะคดี

คือมีการอนุมัติให้ก่อสร้างอาคารในบางตลาด แต่ “ไม่มีการออกใบอนุญาตให้ทำตลาดแม้ตลาดเดียว” มันทำให้เชื่อแบบบ้านๆได้ โดยไม่ต้องอาศัยกฎหมายว่า “มันไม่มีช่องทางให้ทำได้จริงๆ” เพราะเห็นจากข่าว เขาบอกว่า ถ้ามาขอแล้วไม่ออกให้ “จะเป็นการละเว้นการปฏิบัติหน้าที่” จากกรณีนี้ ตอนมีคนมาขอ เขาคงบอกว่า ออกใบอนุญาตให้ไม่ได้ จริงๆนะ มีใครมีความเห็นอย่างไร กับการที่ไม่มีการออกใบอนุญาตให้จัดตั้งตลาดเลยแม้แต่ซักแห่งในพื้นที่พิพาท ว่ามันใช่ อย่างที่ผมคิดไหม ว่า ถ้าทำตลาดได้จริงๆ ใบอนุญาตทำตลาด น่าจะมีนานแล้ว แต่เมื่อทำตลาดไม่ได้ ป้าก็น่าชนะคดี

(*กรณีป้าทุบรถ*, พันทิป, 2561)

ภาพที่ 4.30 กระทู้ที่ต่อต้าน (บน) และกระทู้ที่สนับสนุน (ล่าง) กรณีป้าทุบรถเผยแพร่ในเวลาใกล้เคียงกัน

ขยายความจากภาพ เห็นได้ว่ากระทู้ด้านซ้ายมีเนื้อหาตั้งข้อสังเกตว่าการขายบ้านออกไปน่าจะทำให้ได้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากกว่าการทนอยู่กับปัญหาที่ยากจะต่อสู้ ส่วนกระทู้ด้านซ้าย พูดถึงข้อกฎหมายที่กลุ่มป้าทุบรถ ใช้เพื่อสนับสนุนการต่อสู้ของตนเองและทำนายว่าจะชนะการต่อสู้แน่นอน

หลักฐานและกระแสตอบรับเหล่านี้ทำให้สื่อมวลชนเกิดความไม่แน่ใจในบทบาทของตน อย่างไรก็ตาม หมุดหมายสำคัญอันส่งผลให้สื่อมวลชนกระแสหลักต้องเปลี่ยนท่าทีต่อประเด็นข่าวนี้คือการแถลงข่าวหน้าบ้านของกลุ่มป้าทุบรถ ซึ่งถือเป็นอุบายในการฉวยใช้พลังของสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ผู้วิจัยเห็นว่าความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชนกระแสหลักส่วนหนึ่งก็เกิดจากการปล่อยให้สื่อดิจิทัลรายงานเรื่องราวช่วง **ระหว่างเกิดเหตุการณ์** ก่อนหน้านี้จนเกิดกระแสสังคมปูทางไว้ให้ก่อนแล้ว

ภาพที่ 4.31 กลุ่มป้าทุบรถ แถลงข่าวหน้าบ้าน
(ข่าวสดออนไลน์, 20 ก.พ. 2561)

4.1.3.2 สื่อในฐานะผู้หยั่งเชิง

การเปิดแถลงข่าวและเดินสายให้สัมภาษณ์ของกลุ่มป้าทุบรถ หลังเกิดเหตุการณ์หมาดๆ คือวันที่ 19-22 ก.พ. ทำให้สำนักข่าวต่างๆ เปลี่ยนท่าทีในการนำเสนอข่าว โดยหลายสำนักเริ่มตั้งข้อสงสัยกับข้อเท็จจริงในกรณีที่เกิดขึ้น มีทีท่าโน้มเอียงเข้าข้างผู้มีอำนาจน้อยแต่ก็ยังสงวนท่าทีด้วยการรายงานข่าวในลักษณะไม่สรุปลงไปได้ว่าฝ่ายใดเป็นฝ่ายถูกฝ่ายผิดกันแน่ การรายงานข่าวในระยะนี้ค่อนข้างเป็นกลางไม่เข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งจนออกนอกหน้า และพยายาม

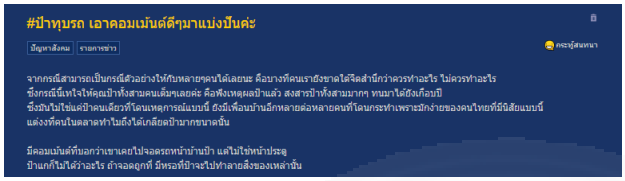
Ref. code: 25615807300040CHL

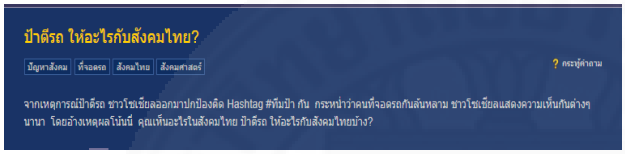
รายงานข่าวข้อเท็จจริงจากแง่มุมต่างๆ ตัวอย่างเช่น ข่าวของไทยรัฐออนไลน์ที่นำเสนอภาพมุมสูงของบ้าน ป้าทุบรถ เพื่อแสดงให้เห็นว่าถูกตลาดตั้งขนาบข้างจริง (ภาพขวาบน) การนำเสนอภาพ ป้าทุบรถพร้อมเพื่อนบ้านนำหลักฐานภาพถ่ายมาแสดง (ซ้ายบน) และการนำเสนอภาพตลาดที่ตั้งเรียงรายระเกะระกะเต็มสองข้างถนนซึ่งอาจมองได้ถึงความไม่ระเบียบและผิดกฎหมาย (ภาพล่าง)

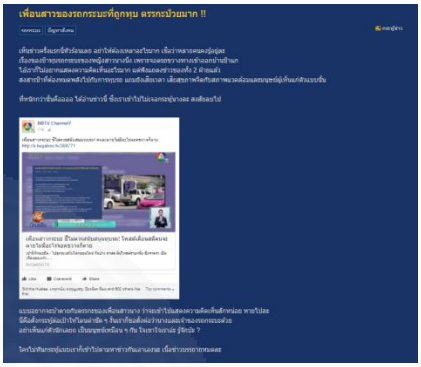
ภาพที่ 4.32 พาดหัวข่าวของไทยรัฐออนไลน์เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561 (*ทนทุกข์สุดกลั้น!*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

ภาพที่ 4.33 พาดหัวข่าวของไทยรัฐออนไลน์เผยแพร่วันที่ 22 ก.พ. 2561 (*เมินคำสั่งผู้ว่าฯ*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

ผู้วิจัยสังเกตว่าเมื่อเวลาผ่านไป จุดยืนของสื่อมวลชนที่ตั้งคำถามกับป้าทุบรถ จะเริ่มเปลี่ยนท่าทีหันมาตั้งคำถามกับฝ่ายหน่วยงานราชการมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเมื่อมีการจุดประเด็นสนับสนุนจากสื่อสังคมออนไลน์ ดังตัวอย่างโพสต์จาก pantip.com ซึ่งถูกตั้งขึ้นในวันที่ 19 ก.พ. 2561 ก่อนที่ ป้าทุบรถ จะให้สัมภาษณ์ในรายการ “คุยตรงๆ กับจอมขวัญ” ดังต่อไปนี้







#ป้าทุบรถ เอาคอมเม้นต์ดีๆ มาแบ่งปันค่ะ

จากกรณีสามารถเป็นกรณีตัวอย่างให้กับหลายๆคนได้เลยนะ คือบางทีคนเรายังขาดใต้จิตสำนึกว่าควรทำอะไร ไม่ควรทำอะไร ซึ่งกรณีนี้เทใจให้คุณป้าทั้งสามคนเต็มๆเลยค่ะ คือฟังเหตุผลป้าแล้ว สงสารป้าทั้งสามมากๆ ทนมาได้ยังเกือบปี ซึ่งมันไม่ใช่แค่ป้าคนเดียวที่โดนเหตุการณ์แบบนี้ ยังมีเพื่อนบ้านอีกหลายต่อหลายคนที่โดนกระทำเพราะมักง่ายของคนไทยที่มีนิสัยแบบนี้ แต่งงที่คนในตลาดทำไมถึงได้เกลียดป้ามากขนาดนั้น มีคอมเม้นต์ที่บอกว่าเขาเคยไปจอดรถหน้าบ้านป้า แต่ไม่ใช่หน้าประตูป้าแกก็ไม่ได้ว่าอะไร ถ้าจอดถูกที่ มีหรอที่ป้าจะไปทำลายสิ่งของเหล่านั้น

เพื่อนสาวของรถกระบะที่ถูกทุบ ตรรกะป่วยมาก !!

เห็นข่าวครั้งแรกนี่หัวร้อนเลย อย่าให้ต้องเหลาอะไรมาก เชื่อว่าหลายคนคงรู้อยู่ละ เรื่องของป้าทุบรถกระบะของหญิงสาวนางนึง เพราะจอดรถขวางทางเข้าออกบ้านป้าแก ไอ้เราก็ไม่อยากแสดงความคิดเห็นอะไรมาก แต่ฟังแถลงข่าวของทั้ง 2 ฝ่ายแล้ว สงสารป้าที่ต้องหมดพลังไปกับการทุบรถ แถมยังเสียเวลา เสียสุขภาพจิตกับสภาพแวดล้อมและมนุษย์ผู้เห็นแก่ตัวแบบนั้น ที่หนักกว่านั้นคือออออ ได้อ่านข่าวนี้ ซึ่งเราเข้าไปไม่เจอกระทู้นางละ สงสัยลบไป

แบบอยากจะบ้าตายกับตรรกะของเพื่อนสาวนาง ว่าจะเข้าไปแสดงความคิดเห็นสักหน่อย หายไปละ นี่คือตั้งกระทู้ล่อเป้าให้โดนด่าชัดๆ งั้นเราก็ขอตั้งต่อว่านางและเจ้าของรถกระบะด้วย อย่าเห็นแก่ตัวนักเลยย เป็นมนุษย์เหมือนๆ กัน ใจเขาใจเราอ่ะ รู้จักป่ะ? ใครไม่ทันกระทู้แบบเราก็เข้าไปตามหาข่าวกันเอาเองนะ เนื้อข่าวบรรยายหมดละ

ป้าตีรถ ให้อะไรกับสังคมไทย?

จากเหตุการณ์ป้าตีรถ ชาวโซเชียลออกมาปกป้องติด Hashtag #ทีมป้า กัน กระหน่ำว่าคนที่จอดรถกันล้นหลาม ชาวโซเชียลแสดงความเห็นกันต่างๆนานา โดยอ้างเหตุผลโน้นนี่ คุณเห็นอะไรในสังคมไทย ป้าตีรถ ให้อะไรกับสังคมไทยบ้าง?

ภาพที่ 4.34 โพสต์จาก pantip.com
(โพสต์บนพันทิปดอทคอม ประจำวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2561)

แต่รายการหนึ่งที่เป็นจุดเปลี่ยนอันสำคัญของเหตุการณ์คือการออกรายการ “คุยตรงๆ กับจอมขวัญ” ครั้งที่หนึ่งของกลุ่มป้าทุบรถ ทั้งสามท่าน (“ป้าทุบรถสุดทน,” 2561) โดยภายในรายการเชิญ ธนสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง ผู้อำนวยการเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร มาร่วมแลกเปลี่ยนความเห็น และพบว่าการให้สัมภาษณ์ของผู้อำนวยการนั้นล่องลอยและสร้างความสับสนให้แก่พิธีกร รวมถึงผู้ชมทางบ้านอย่างมาก ตัวอย่างตอนหนึ่ง เช่น เมื่อผู้ดำเนินรายการจอมขวัญ หลาวเพ็ชร์ สอบถามผู้อำนวยการตามข้อความต่อไปนี้

จอมขวัญ : หากตลาดทั้ง 5 แห่งไม่ถูกอนุญาตแล้วครั้งแรกใครเซนค่ะ (เน้นน้ำเสียง)

ผู้อำนวยการ : ไม่มีใครเซนครับ

จอมขวัญ : หา... อ้าว (ทำหน้าตกใจ) เดี๋ยวนะทนายเกิดผล เวลาเขาทำตลาดเขาไม่ต้องขอกันก่อนเหรอค่ะ

ผู้อำนวยการ : ขอสิครับ คือเขาก็ขอ เออ...ก็ขอ...ขออนุญาตจัดทำตลาด แล้วในระหว่างนั้นเขาก็ขอ...เออ...ขอ ขอจัดตั้งตลาดตามพ.ร.บ. สาธารณสุขที่เขต ระหว่างที่ขอเราก็ให้เขายื่นข้อจำกัดต่างๆ พอเขาไม่ถูกต้องเราก็ดำเนินคดีครับ ที่ผ่านมาเราดำเนินคดีไงครับเรื่องถึงชั้นศาล ทางเขตไม่ได้ปล่อย

ทนายเกิดผล : ท่านครับ แสดงว่าก่อนที่จะมีการขออนุญาตนั้นทางตลาดก็ดำเนินการไปแล้วใช่ไหมครับ

ผู้อำนวยการ : ใช่ครับ เขาดำเนินการเราก็ดำเนินคดีครับ

จอมขวัญ : อ้าว เอ๊ะ นี่ยังไงค่ะ...

ภาพที่ 4.35 จอมขวัญ แสดงอาการตกใจเมื่อได้ฟังคำอธิบายของผู้อำนวยการเขต (*ป้าทุบรถสุดทน,* คุยตรงๆ กับจอมขวัญ, 2561)

Ref. code: 25615807300040CHL

ที่น่าสนใจคือในระหว่างที่ฝ่ายโครงสร้างกำลังเพลี่ยงพล้ำนั้น กลุ่มคนธรรมดาผู้เสียประโยชน์คือ ป้าทุบรถ ฉวยโอกาสนี้สร้างความได้เปรียบแก่กลุ่มตนด้วยการใช้ภาษากายสื่อสารความ “เหนือชั้นกว่า” ออกมาทันที ภาษากายที่สำคัญในช่วงเวลานั้นคือ “รอยยิ้ม” เหยียดหยันที่แสดงถึงความสะใจ ชัยชนะ เมื่อฝ่ายโครงสร้างกำลังถูกพวกตนต้อนจนกระวนกระวาย

ภาพที่ 4.36 ป้าทุบรถ เหยียดยิ้มเมื่อได้ฟังคำตอบและเห็นท่าทางของผู้ร่วมรายการ (*ป้าทุบรถสุดทน,* คุยตรงๆ กับจอมขวัญ, 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่าการนำเสนอในรายการ “คุยตรงๆ กับจอมขวัญ” กลายเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญที่ทำให้สื่อหลายสำนักที่ยังมีความลังเลในจุดยืนต่อเหตุการณ์หันมาชัดเจนว่าผู้ที่ตนควรสนับสนุนคือกลุ่มป้าทุบรถ คนธรรมดาผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบจากหน่วยงานราชการทั้งๆ ที่เป็นฝ่ายถูกต้อง

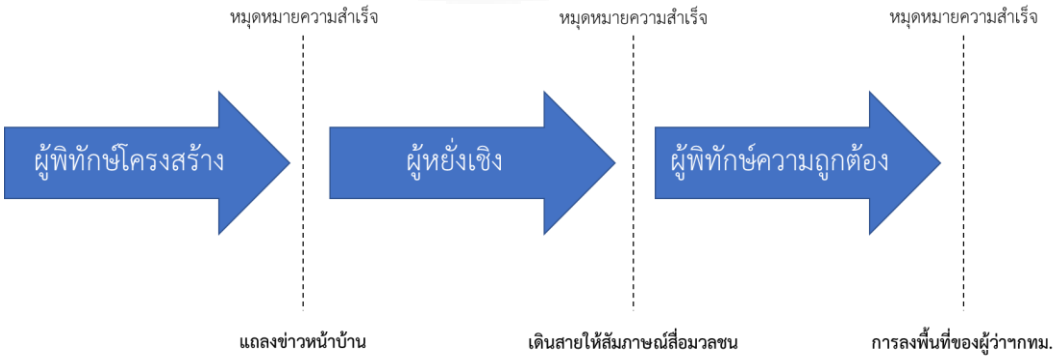
4.1.3.3 สื่อในฐานะผู้พิทักษ์ความยุติธรรม

เมื่อเหตุการณ์เริ่มมีความชัดเจนและกระแสของสังคมเอนเอียงไปทาง #ทีมป้า หรือกลุ่มผู้มีอำนาจน้อยเป็นจำนวนมากแล้ว สื่อมวลชนไม่รีรอที่จะเปลี่ยนท่าทีมาสนับสนุนกลุ่มผู้มีอำนาจน้อยและยกย่องให้พวกเขาเป็นวีรบุรุษผู้ต่อสู้กับความอยุติธรรมดังต่อไปนี้ สังเกตจากภาพประกอบซึ่งยังคงเน้นภาพมุมสูงของบ้าน ป้าทุบรถ เพื่อแสดงให้เห็นว่าถูกตลาดตั้งขนาบข้างจริง (ภาพขวาบน) ภาพกลุ่มป้าทุบรถ แสดงภาพหลักฐานซึ่งสื่ออารมณ์ถึงความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นจริง (ซ้ายบน) แต่มีการเพิ่มภาพคู่กรณีคือชาวตลาดซึ่งมีบุคลิกลักษณะตรงข้ามกับ ป้าทุบรถ กล่าวคือ มีผิวดำ กิริยาดูไม่เรียบร้อย ทำท่าโต้เถียงด้วยอารมณ์ ภาพเหล่านี้เมื่อรวมกับพาดหัว “ฤทธิ์ขวาน สะเทือน กทม.” ยิ่งขับเน้นให้ภาพของ ป้าทุบรถ กลายเป็นฮีโร่ที่เข้ามาปัดเป่าความอยุติธรรมออกไป

ภาพที่ 4.37 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์เผยแพร่วันที่ 23 ก.พ. 2561
(ฤทธิ์ขวานอาญาสิทธิ์, ไทยรัฐออนไลน์*,* 2561)

หมุดหมายสำคัญอันแสดงความสำเร็จของการต่อสู้ที่เกิดจากความร่วมมือของกลุ่มป้าทุบรถ สื่อมวลชนกระแสหลัก และสื่อดิจิทัลนั้นคือการลงตรวจและปิดตลาดทั้ง 3 แห่ง ของ พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2561 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าฝ่ายโครงสร้างถูกบังคับให้เริ่มขยับตามอุบายของกลุ่มป้าทุบรถ แล้ว

เหตุการณ์ทั้งหมดในระยะที่ 3 ซึ่งเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนนั้นอาจสามารถเขียนออกมาเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4.38 แสดงการเปลี่ยนผ่านบทบาทของสื่อมวลชน

ผลสำเร็จของกรณี ป้าทุบรถ

กรณี ป้าทุบรถ เป็นตัวแทนการต่อสู้ของคนธรรมดาผู้เสียผลประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการหรือฝ่ายโครงสร้างผู้เอารัดเอาเปรียบและประสบความสำเร็จทั้ง 3 ระดับ ตั้งแต่ หนึ่ง แก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปได้ สอง ปลูกให้เกิดจิตสำนึกแห่งการต่อสู้ของสาธารณชน และ สาม ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบายสังคม ดังอธิบายต่อไปนี้

1. แก้ปัญหาเฉพาะหน้า

หลังการต่อสู้ ศาลปกครองกลางมีคำสั่งให้เขตกรุงเทพมหานครรื้อถอนตลาดทั้ง 5 แห่งรอบหมู่บ้านคือตลาดสวนหลวง ตลาดรุ่งวานิชย์ ตลาดเปิ้ลมาร์เก็ต ตลาดยิ่งนารา และตลาดร่มเหลือง นอกจากนั้นยังสั่งให้เขตกรุงเทพมหานครชดใช้ค่าสินไหมทดแทนแก่ผู้ร้องทั้ง 4 คน รายละ 368,400 บาท รวมเป็นเงินทั้งสิ้นราว 1.4 ล้านบาท และเมื่อตลาดถูกย้ายไปหมดจึงไม่มีรถยนต์มาจอดขวางหน้าบ้านของ ป้าทุบรถ อีก

คำสั่งเช่นนี้สะท้อนถึงชัยชนะของกลุ่มคนธรรมผู้เสียผลประโยชน์ (กลุ่มป้าทุบรถ) เหนือกลุ่มผู้มีอำนาจผู้กดขี่ทั้งสองกลุ่มคือกลุ่มนายทุน (เจ้าของตลาด) และหน่วยงานราชการ (สำนักงานเขตประเวศและเขตกรุงเทพมหานคร)

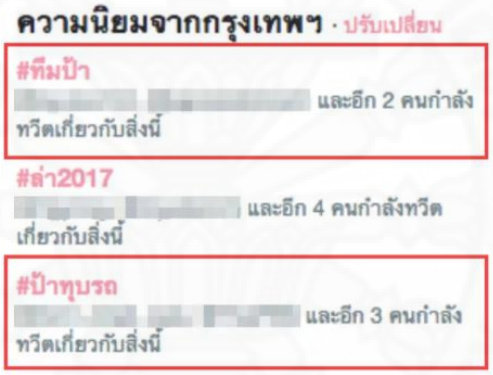
น่าสนใจกว่านั้น ความสำเร็จของการต่อสู้ครั้งนี้ยังต่อเนื่องยาวนานเนื่องจากภายหลัง กลุ่มตลาดพยายามกลับมาขายสินค้าในพื้นที่ซึ่งห่างจากเดิมไม่เกิน 50 เมตรแต่ก็ถูกผู้ใช้เฟซบุ๊ครายหนึ่งโพสต์ข้อความวิจารณ์ จากนั้นสื่อมวลชนก็รับลูกต่อและผลักดันให้เกิดการแก้ปัญหาจากหน่วยงานราชการต่อเนื่องไป

ภาพที่ 4.39 โพสต์ที่ผู้ใช้ Ajapim เขียนถึงกลุ่มตลาดที่กลับมาเปิดใหม่
(บน) ไทยรัฐออนไลน์นำข่าวมาเสนอต่อ (ล่าง) (*คงต้องทน!*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่าความสำเร็จของกรณี ป้าทุบรถ นั้นนอกจากจะสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปได้ในช่วงที่เกิดเรื่องแล้ว ผลของความสำเร็จยังต่อเนื่องยาวนานเนื่องจากสามารถแก้ไขเข้าไปถึง “จิตสำนึก” ของผู้คนในหมู่บ้านและสังคมที่มองเห็นว่าการมีอยู่ของตลาดเป็นปัญหาดังในข้อต่อไป

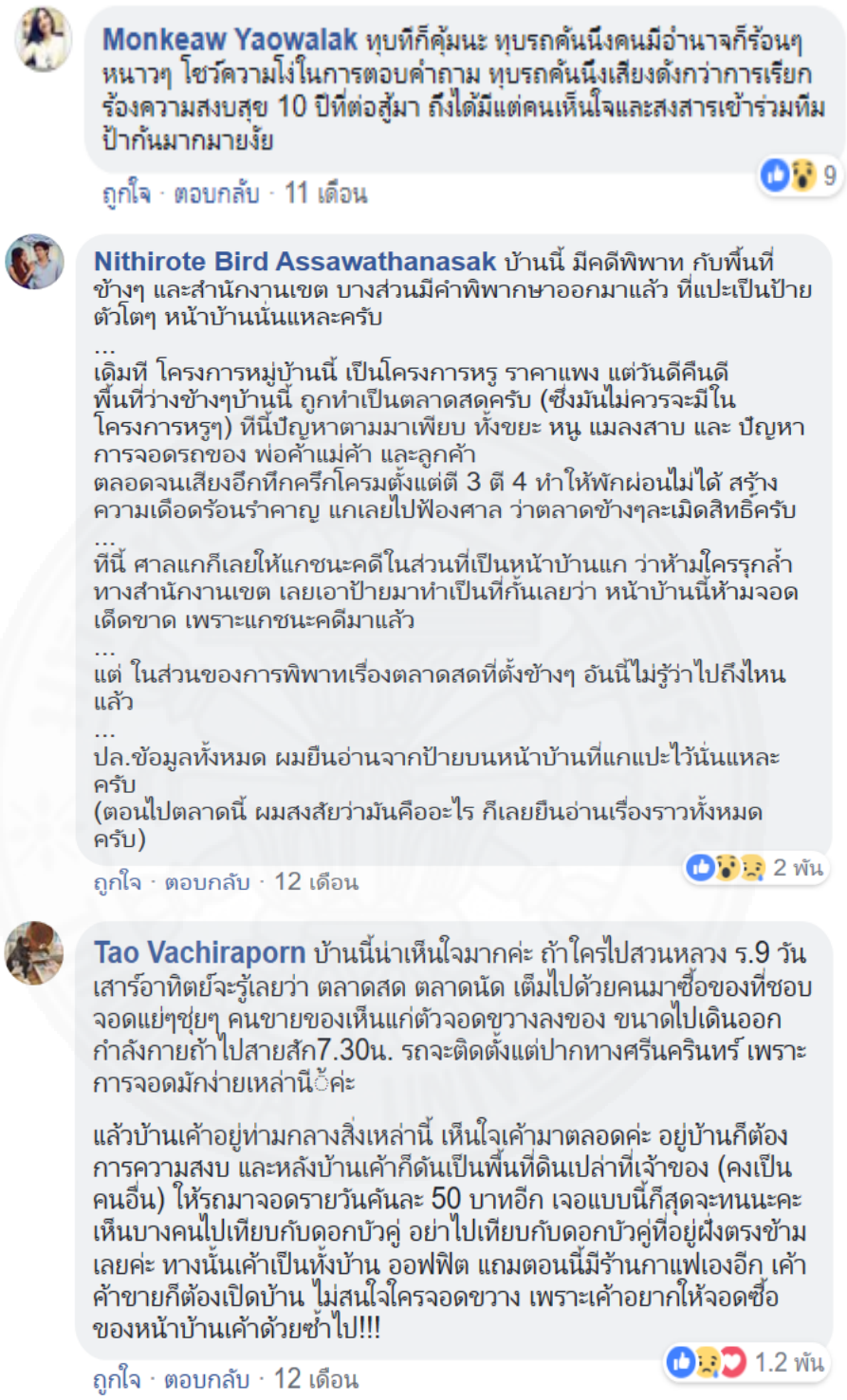
2. ปลูกให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ

กรณี ป้าทุบรถ ไม่เพียงทำให้ตลาดถูกสั่งย้ายและหน่วยงานราชการต้องชดใช้ค่าเสียหายให้แก่กลุ่มเท่านั้น แต่ยังปลูกจิตสำนึกสาธารณะในเรื่องการจอดรถบนพื้นที่สาธารณะให้แก่คนไทยโดยทั่วกัน โดยแฮชแท็ก #ทีมป้า และ #ป้าทุบรถ กลายเป็นแฮชแท็กโด่งดังติดอันดับหนึ่งและสามบน Twitter.com ในช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ (“#ทีมป้า มาแรง!,” 2561) นอกจากนี้ผู้ใช้บางรายยังสนใจเหตุการณ์ศึกษาเหตุการณ์เพิ่มเติมและวิพากษ์วิจารณ์เพื่อให้เหตุการณ์ยังอยู่ในกระแสและหล่อเลี้ยงให้เกิดจิตสำนึกเกี่ยวกับการใช้รถใช้ถนนของคนไทยมากขึ้น



ภาพที่ 4.40 อันดับความนิยมของป้าทุบรถบนทวิตเตอร์
(*#ทีมป้า มาแรง!*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

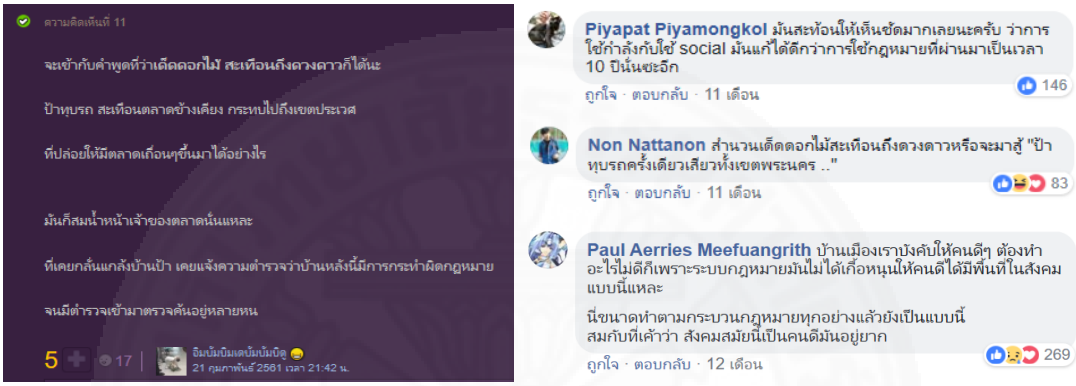
Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 4.41 ความเห็นของผู้ใช้จากเพจ ดราม่า แอดดิกต์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนเกิดจิตสำนึกสาธารณะขึ้น

(*ป้าอาจจะคิดในใจ*, ดราม่า แอดดิกต์, 19 ก.พ. 2561)

จิตสำนึกสาธารณะเกี่ยวกับการใช้รถใช้ถนนดังกล่าวเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่ผลักดันให้เกิดจิตสำนึกวิพากษ์การทำงานของหน่วยงานราชการและระบบโครงสร้างต่างๆ ตามมา เช่น การวิจารณ์ว่ากฎหมายไทยไม่ได้เอื้อให้คนดีมีที่ยืนในสังคม วิจารณ์การทำงานด้อยประสิทธิภาพของสำนักเขตประเวศ หรือการวิจารณ์ว่ากลุ่มนายทุนหรือเจ้าของตลาดคอยกลั่นแกล้งกลุ่มป้าทุบรถ มาตลอด นอกจากนั้น กลุ่มสื่อมวลชนเองก็รับลูกเข้ามาร่วมวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาว่าเป็นเพราะหน่วยงานราชการละเลยการปฏิบัติหน้าที่และคอรัปชั่นจริงหรือไม่



ภาพที่ 4.42 คอมเมนต์ของกลุ่มผู้ใช้ที่วิจารณ์ผู้มีอำนาจมากกว่า. จาก Drama Addict (*ป้าอาจจะคิดในใจ*, ดราม่า แอดดิกต์, 19 ก.พ. 2561) และ Pantip.com (*ป้าทุบรถ แต่ตลาดพัง*, พันทิป, 2561)

ภาพที่ 4.43 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์
(*ละเว้นหรือทุจริต*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

การวิจารณ์ของสาธารณะที่ขยายวงกว้างกลายเป็นตัวแปรสำคัญที่กดดันให้หน่วยงานราชการและกลุ่มนายทุนต้องเคลื่อนไหวเพื่อลดแรงกดดันและรอดตัวจากวิกฤตไปได้ นอกจากนั้น การปลุกจิตสำนึกการต่อสู้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสาธารณะในกรณีนี้กลายเป็นเชื้อไฟที่ทำให้ประชาชนเห็นสิทธิของตนเองที่จะไม่ให้หน่วยงานราชการหรือกลุ่มนายทุนมาเอารัดเอาเปรียบได้

3. การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง

กลไกของราชการแรกที่เกิดการเปลี่ยนแปลงคือวงการศาลยุติธรรมไทยเนื่องจากคำตัดสินของศาลและการบังคับให้เขตกรุงเทพมหานครกลุ่มนายทุนรื้อถอนตลาดทั้ง 5 แห่งและจ่ายค่าปรับมูลค่านับล้านบาทอย่างเข้มงวดจะกลายเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินคดีลักษณะเดียวกันในอนาคตต่อไป

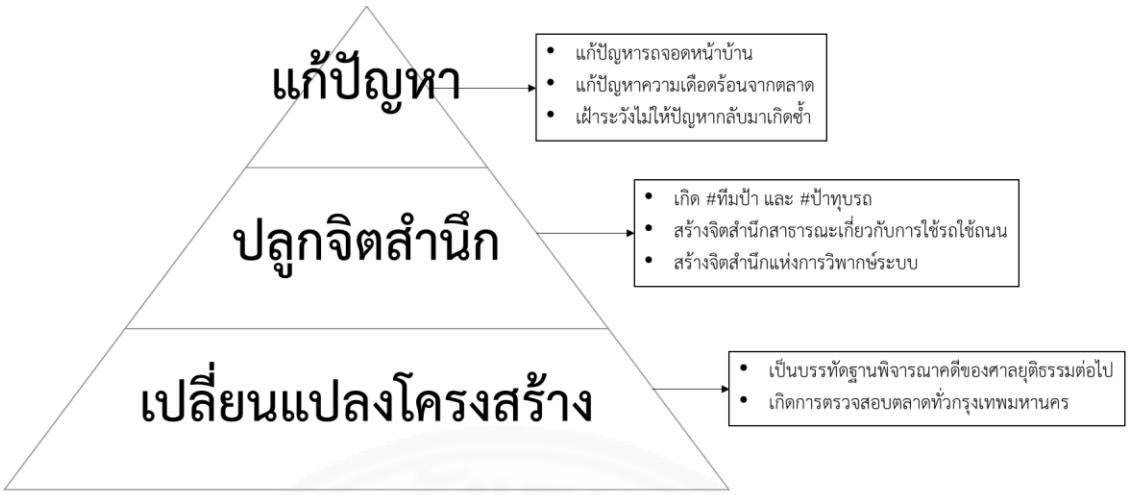
ส่วนที่สองคือการทำงานของกรุงเทพมหานคร หลังเกิดเหตุการณ์ พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครออกคำสั่งให้สำนักงานเขต 50 แห่ง ตรวจสอบตลาดกว่า 1,000 แห่งรอบเขตและพบว่ามีเพียง 364 แห่งเท่านั้นที่ถูกต้องตามกฎหมาย จึงดำเนินการให้บังคับตลาดให้ทำถูกต้องตามกฎหมายหรือยกเลิกตลาดต่อไป (ละเว้นหรือทุจริต, ไทยรัฐออนไลน์, 2561) ซึ่งถือเป็นหลักฐานว่าการต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ ก่อให้เกิดการบังคับใช้กฎหมายเกี่ยวกับการดำเนินกิจการตลาดทั่วเขตกรุงเทพมหานคร

แม้แต่ฝ่ายรัฐบาลการเมืองก็ได้รับผลกระทบจนต้องออกมาเคลื่อนไหว เช่นกรณี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี พูดถึงกรณี ป้าทุบรถ ว่าให้ทุกฝ่ายปฏิบัติตามกฎหมายและมอบหมายให้หน่วยงานราชการระดับเจ้าหน้าที่กวดขันการดำเนินกิจการตลาดมากยิ่งขึ้น

กรณีของ ป้าทุบรถ นี้อาจไม่ได้เกิดผลเปลี่ยนแปลงฝ่ายโครงสร้างในลักษณะการร่างกฎหรือกติกาใหม่ในการใช้ท้องถนนของคนไทย หากแต่เป็นการกวดขันใช้กฎหมายเก่าที่มีอยู่แล้วให้เข้มงวดมากยิ่งขึ้นและตรวจสอบกลุ่มผู้ดำเนินกิจการตลาดที่กระทำผิดอยู่ก่อน

โดยสรุป ผู้วิจัยอาจรวบรวมความคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของกรณี ป้าทุบรถ ตามแผนภาพต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 4.44 แสดงความสำเร็จของกลุ่มป้าทุบรถ

ข้อสังเกต

แม้ความสำเร็จของกรณีจะเกิดขึ้นในสามระดับ กล่าวคือ ระดับแรก แก้ปัญหาตรงหน้าไปได้ คือตลาดทั้ง 5 แห่งถูกศาลปกครองสั่งปิด และเขตกรุงเทพมหานครต้องชดใช้ค่าสินไหมแก่ผู้เสียหาย ระดับสอง คือการปลุกจิตสำนึกให้แก่ประชาชน คือการสร้างจิตสำนึกสาธารณะเรื่องการใช้รถใช้ถนน และการสร้างจิตสำนึกวิพากษ์การทำงานของหน่วยงานราชการและกลุ่มนายทุนผู้เอารัดเอาเปรียบ ระดับสาม คือการสร้างบรรทัดฐานในการตัดสินคดีของศาลยุติธรรมเกี่ยวกับเรื่องพิพาทระหว่างบุคคลกับรัฐ และเกิดการบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวดกับกลุ่มนายทุนผู้สร้างตลาด อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังมองในอีกมุมหนึ่งว่าความสำเร็จของกรณี ป้าทุบรถก็ก่อให้เกิดจังหวะและโอกาสที่ฝ่ายผู้มีอำนาจมากกว่าคือหน่วยงานราชการและกลุ่มนายทุนจะฉวยใช้กระแสนี้ในการสร้างประโยชน์ให้แก่ตนเอง เช่น กรณีของ ป้าทุบรถ หลังจากที่ตลาดถูกสั่งให้รื้อถอนออกไปแล้วกลับมีแนวโน้มว่ากลุ่มนายทุนจะแทนที่ตลาดเดิมด้วยคอนโดมีเนียมและอพาร์ทเมนต์ซึ่งอาจสร้างผลกำไรให้มากกว่ากิจการตลาด (Debbie Saengyoktrakarn, 28 พ.ย. 2561) และแม้เดบบี้ แสงหยกตระการ หลานสาวของกลุ่มป้าทุบรถ จะโพสต์ข้อความถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ก็ยังไม่มีผู้ใช้หรือสื่อมวลชนสำนักใดให้ความสนใจเท่าที่ควร ผู้วิจัยเห็นว่ากรณีของตลาดกว่า 1 พันแห่งที่ถูกหน่วยงานราชการ “กวดขัน” และอาจถูกบังคับให้เลิกกิจการนั้นก็มีแนวโน้มที่จะเกิดการสมคบคิดกันระหว่างหน่วยงานราชการและกลุ่มนายทุนที่จะขับไล่กลุ่มชนชั้นล่างซึ่งเป็นพ่อค้าแม่ขายให้ต้องหมดหนทางทำกิน และเปิดช่องให้กลุ่มนายทุนนำพื้นที่นั้นไปสร้างเป็นกิจการที่ได้กำไรมากกว่า เช่น ห้างสรรพสินค้า คอนโดมีเนียม โรงแรม และอื่นๆ ต่อไป

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.45 เดบบี้ แสงหยกตระการ หลานสาวของกลุ่มป้าทุบรถ โพสต์บนเฟซบุ๊ค (*อัพเดทคดีต่อเนื่อง*, Debbie Saengyoktrakarn, 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ทำให้สังคมไทยเรียนรู้ว่าการใช้อุบายเพื่อต่อสู้กับกลยุทธ์ของฝ่ายโครงสร้างจนประสบความสำเร็จในระดับที่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างได้อย่างแท้จริงนั้นจำเป็นต้องใช้ “เวลา” และ “การต่อต้านหลายครั้ง” จากสังคมโดยรวม เพราะความสำเร็จของกลุ่มป้าทุบรถ เพียงครั้งเดียวไม่อาจเปลี่ยนแปลงโครงสร้างได้อย่างสมบูรณ์ หนำซ้ำหากไม่มีการต่อต้านลักษณะเดียวกันเกิดขึ้นต่อมา ความสำเร็จของกลุ่มป้าทุบรถ จะถูกฝ่ายโครงสร้างหยิบฉวยเอาไปใช้เป็นโอกาสในการหาประโยชน์เข้าตัวเองมากขึ้นอีก

Ref. code: 25615807300040CHL

4.2 อุบายและยุทธศาสตร์ในการต่อสู้ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ

ในส่วนก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ มีลักษณะการใช้สื่ออย่างไรเพื่อผลักดันการต่อสู้ของกลุ่มตนให้ประสบความสำเร็จ แต่หากไม่มีอุบาย (tactic) ซึ่งเป็นเสมือนอาวุธที่ใช้ในการต่อสู้ก็ยากจะต่อกรกับยุทธศาสตร์ (strategy) ที่ฝ่ายโครงสร้างใช้เพื่อกดทับผู้มีอำนาจน้อย

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2559) อ้างถึง Michel de Certeau (1987) ว่าอุบาย (tactic) เป็นสิ่งที่เหล่าคนธรรมดาใช้ในการต่อสู้กับยุทธศาสตร์ (strategy) ซึ่งฝ่ายโครงสร้างเป็นผู้ผลิตขึ้น อย่างไรก็ตาม อุบายและยุทธศาสตร์ไม่ใช่สิ่งตรงข้ามแต่เป็นเหมือนเหรียญสองด้านที่อยู่ร่วมกัน กล่าวคือไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนธรรมดาที่มีอำนาจน้อยหรือโครงสร้างที่มีอำนาจมากต่างก็สามารถหยิบยืมอุบายหรือยุทธศาสตร์ที่ฝ่ายตรงข้ามสร้างสรรค์ขึ้นมาใช้ในการต่อสู้ได้อย่างอิสระ

สำหรับส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งแสดงให้เห็นการเกิดขึ้นของอุบายและยุทธศาสตร์ที่ปรากฏขึ้นตามสื่อต่างๆ โดยพบว่าอุบายและยุทธศาสตร์มีการปรับเปลี่ยนตัวเองตลอดเวลา มีทั้งถูกนำมาใช้เพิ่ม มีทั้งถูกปลดระวางออกไป ทั้งนี้เนื่องจากทั้งคนธรรมดาและโครงสร้างต่างก็ค่อยๆ เรียนรู้วิธีการใช้อุบายและยุทธศาสตร์ให้ได้ผลดีที่สุดเพื่อให้ฝ่ายตนได้เปรียบมากที่สุดดังต่อไปนี้

4.2.1 ยุทธศาสตร์ของผู้เอารัดเอาเปรียบ

ผู้วิจัยแบ่งยุทธศาสตร์ที่ฝ่ายโครงสร้างใช้เพื่อควบคุมพื้นที่บนท้องถนนออกเป็นสองระดับ ระดับแรกคือยุทธศาสตร์หลักซึ่งทำหน้าที่ควบคุมสังคมโดยรวมให้ไม่เกิดผู้ต่อต้านและตั้งคำถามกับระบบ ระดับสองคือหากยุทธศาสตร์หลักเริ่มถูกผู้เสียผลประโยชน์ต่อต้านหรือตั้งคำถาม ยุทธศาสตร์ชุดใหม่จะถูกผลิตมาเพื่อใช้ต่อสู้และลงโทษผู้ต่อต้านให้หลาบจำและเป็นเยี่ยงอย่างแก่คนธรรมดาอื่นๆ ดังต่อไปนี้

4.2.1.1 ยุทธศาสตร์หลัก-สะกดให้สงบ

Micheal Michel de Certeau (1987) อธิบายว่าการกดขี่ที่สำคัญและมีอำนาจมากของฝ่ายโครงสร้างผู้ปกครองสังคมนั้นคือการกล่อมให้ผู้อยู่ใต้ปกครองทุกคนเชื่อว่าสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวนั้นเป็นเรื่องปกติ หรือการทำให้เป็น “ชีวิตประจำวัน” ที่ไม่มีความหมายอะไร (normalisation) คล้ายเป็นกลไกธรรมชาติที่เกิดมาพร้อมสังคมและต้องดำเนินไปเช่นนั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น หากผู้วิจัยใช้แนวคิดของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (รัฐธรรมชาติบนท้องถนน, 2555) มาวิเคราะห์จะพบว่าสำหรับกรณีศึกษา ป้าทุบรถ แล้ว แม้แต่ก่อนเริ่มเกิดปรากฏการณ์ขึ้น สังคมไทยก็ถูกอำนาจของโครงสร้างสะกดให้เชื่อว่าปัญหาบนท้องถนนนั้นเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นกับทุกสังคมแต่แรก

แล้ว เป็นการกดขี่ที่สร้างความไม่เท่าเทียมและน่ารำคาญแต่ก็ต้องอดทนไว้เพราะเป็นสิ่งหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากภายใต้สังคมอันไม่เท่าเทียมกัน เราคือมนุษย์ที่ไร้ "อำนาจ" และต้องยอมรับการกระทำของคนอื่นที่มี "อำนาจ" มากกว่าแม้ว่าเขาจะชอบหรือไม่ชอบก็ตาม

นอกจากนั้น นิธิ เอียวศรีวงศ์ (*รัฐธรรมชาติบนท้องถนน*, 2555) ยังกล่าวต่อว่าการที่คนไทยช่างเจียมเนื้อเจียมตัวเมื่ออยู่บนท้องถนนนั้นส่วนหนึ่งเป็นเพราะท้องถนนถูกโครงสร้างสังคมของไทยจำลองสถานภาพอันไร้ความเท่าเทียมลงไว้เต็มพื้นที่ถนน สะท้อนได้ง่ายๆ ผ่านบริบทรอบตัว เช่น พาหนะชนิดต่างๆ บนท้องถนน เราพบคุณนายที่สวมแหวนเพชรมีคนขับรถเบนซ์ให้นั่ง ชายหนุ่มบนปิ๊กอัพทำงานบริษัท หรือ มอเตอร์ไซค์มี "เด็ก" ส่งของขับขี่ที่ต้องหาเงินเลี้ยงตัวเดือนชนเดือน เมื่อคนขับมอเตอร์ไซค์ส่งของขับรถเข้ามาใกล้กับรถยนต์ยี่ห้อเบนซ์ เขาจะรู้สึกเกร็งขึ้นมาทันทีแม้ตนเองไม่ได้ทำอะไรผิดก็ตาม นั่นเป็นเพราะรถเบนซ์เป็นรถราคาแพงที่ถูกซื้อโดยกลุ่มชนชั้นที่มีอำนาจทางเศรษฐกิจจึงกลายเป็นสื่อที่แสดงอำนาจของผู้ครอบครอง หากคนขับมอเตอร์ไซค์ซึ่งเป็นชนชั้นแรงงานมีอำนาจทางเศรษฐกิจต่ำพลาดพลั้งทำอะไรให้กลุ่มคนในชนชั้นนี้ไม่พอใจ ความเดือดร้อนก็อาจตามมา

ผู้วิจัยเห็นว่า การจำลองความไม่เท่าเทียมที่เกิดขึ้นกับสังคมจริงๆ ลงมายังสังคมบนท้องถนน ด้วยนั้นเป็นยุทธศาสตร์ (strategy) ที่กดทับให้เหล่าคนธรรมดาต้องเชื่อไปว่าการถูกกดขี่และสร้างความเดือดร้อนให้นั้นเป็นเรื่องปกติ เป็นเรื่องธรรมดาสามัญ ดังที่ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2558) เขียนไว้ในบทความ ประวัติศาสตร์ความเสมอภาพในสังคมไทย ว่าชีวิตของชนชั้นกลางธรรมดาต้องทำงานหนักเพื่อผ่อนซื้อบ้านเป็นของตัวเอง ในชีวิตนอกท้องถนนพวกเขาจะต้องต่อสู้กับความไม่เท่าเทียมในสังคมมากมาย ถูกระบบทุนนิยมขูดรีดเอาเวลาส่วนตัวไปให้กับการทำงานตั้งแต่ 8 โมงเช้าถึง 5 โมงเย็นเพื่อสะสมความมั่งคั่งให้แก่กลุ่มนายทุนหยิบมือ ถูกสื่อโฆษณาชักจูงให้ซื้อสินค้าราคาแพงเกินกำลังค่าใช้จ่ายจนกลายเป็นหนี้สินและต้องเจียดเงินเดือนเพื่อชำระหนี้ทุกเดือนจนไม่มีทางเลือกต้องกลับไปทำงานเพื่อรับใช้นายทุนเป็นวงจร เมื่อชนชั้นกลางผู้ถูกกดขี่เหล่านี้กลับถึงบ้านและพบว่ามีรถยนต์จอดขวางหน้าบ้าน วิธีแรกที่ชนชั้นกลางเหล่านี้มักเลือกใช้ในการรับมือคือการนิ่งเฉย อดทน และปล่อยให้การเอารัดเอาเปรียบนั้นดำเนินต่อไป เนื่องจากในชีวิตนอกท้องถนนตนเองก็ถูกเอารัดเอาเปรียบทั้งจากนายทุน จากระบบทุนนิยม และถูกติดตั้งวิธีคิดว่าเรื่อง "ความอดทน" ผ่านสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันครอบครัวที่สอนให้เด็กๆ อดทนกับการเรียนพิเศษอย่างหนักเพื่อสอบเข้ามหาวิทยาลัยดีๆ โรงเรียนที่ให้ค่ากับการยืนตากแดดหน้าเสาธงของนักเรียนในตอนเช้า จนเกิดความเคยชินและรู้สึกว่าความยุ่งยากที่เผชิญตรงหน้านั้นเป็นเพียง "ความโชคร้าย" ที่เผอิญมาตกที่ตัว หาใช่ "ความอยุติธรรม" ที่ตนเองต้องลุกขึ้นมาเรียกร้องสิทธิ

ยุทธศาสตร์หลักสำคัญที่ทำงานผ่านกลไกของสังคมคือ การสร้างเครือข่ายผลประโยชน์แห่งการสมรู้ร่วมคิด ยุทธศาสตร์นี้คือการผูกโยงเอากลุ่มหลายภาคส่วนทั้งที่เป็นฝ่าย

Ref. code: 25615807300040CHL

โครงสร้างและคนธรรมดาให้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนผลประโยชน์จากการกดขี่เหล่านี้ แม้ตนจะไม่ได้เป็นฝ่ายได้ประโยชน์เสมอไป แต่ก็มีจังหวะและโอกาสกดทับผู้อื่นเพื่อฉกฉวยเอาผลประโยชน์ของตนลงไปได้เป็นทอดๆ ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์และรูปแบบผลประโยชน์ที่เกิดจากการสมรู้ร่วมคิดในกรณีศึกษา ป้าทุบรถ ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 4.46 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์
(*สาวถูกทุบรถ*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

(1) หน่วยงานราชการ

นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2559) แสดงทัศนะในบทความ “วัฒนธรรมคอรัปชั่น” สรุปใจความบางส่วนได้ว่าเมื่อหน่วยงานราชการปล่อยปละให้เกิดกระทำผิดกฎหมายของกลุ่มนายทุนแล้ว (เช่น กรณีนี้คือการปล่อยปละให้เกิดการจอดรถขวางหน้าบ้านเพื่อเอื้อให้ธุรกิจตลาดดำเนินการซื้อขายได้อย่างสะดวก) ฝ่ายโครงสร้างก็จะได้รับประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ เช่น เงินภาษีที่จะเก็บจากพ่อค้าแม่ขายได้มากขึ้น อำนาจกำหนดความอยู่รอดของกิจการนายทุน และสินบนอันอาจได้จากการทุจริต

การเอื้อให้เกิดประโยชน์แก่นายทุนในนั้นมีทั้งลักษณะที่เป็นทางการ เช่น การออกกฎหมายหรือนโยบายต่างๆ เพื่อสนับสนุนกลุ่มนายทุนบางกลุ่ม และรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น การปล่อยปละละเลย การสร้างระบบการดำเนินงานให้ซับซ้อน ยากแก่การทำความเข้าใจ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2559)

(2) กลุ่มนายทุน

เพื่อให้กลุ่มและเครือข่ายของตนเองสามารถดำเนินกิจการได้อย่างราบรื่น กลุ่มนายทุน อันประกอบไปด้วยกลุ่มเจ้าของตลาด เจ้าของร้านค้า เจ้าของบ้านที่ปล่อยเช่าพื้นที่หน้า

Ref. code: 25615807300040CHL

บ้านของตัวเองให้พ่อค้าแม่ขายทั้งที่พื้นที่หน้าบ้านเป็นสมบัติสาธารณะ ฯลฯ ต่างก็เฉยเมยต่อความเดือดร้อนของกลุ่มป้าทุบรถ เนื่องจากแม้ตนเองจะถูกฝ่ายโครงสร้างหาประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ แต่ก็ยังสามารถ “ถอนทุนคืน” ผ่านการกดขี่ผู้เสียเปรียบด้วยการลดต้นทุนต่างๆ เช่น การไม่จัดเตรียมที่ทางสำหรับจอดยานพาหนะอย่างเพียงพอ เพื่อเพิ่มกำไรสูงสุดให้แก่ธุรกิจ

กลุ่มนายทุนผู้ได้รับผลประโยชน์นั้นไม่ได้มีเพียงกลุ่มที่เห็นตัวชัดเจนอย่าง กลุ่มเจ้าของตลาด กลุ่มเจ้าของร้านค้าเท่านั้น หากแต่ยังมีกลุ่มเครือข่ายผลประโยชน์อื่นๆ ที่มองเห็นยากแต่ก็มีส่วนสมรู้ร่วมคิดให้การกดขี่ด้วย เช่น กลุ่มผู้ค้าอาหารส่งพ่อค้าแม่ขายในตลาด กลุ่มเจ้าของกิจการยานพาหนะรับจ้าง กลุ่มผู้ดูแลตลาด ฯลฯ

(3) กลุ่มคนธรรมดา

กลุ่มคนธรรมดาผู้ร่วมผลประโยชน์กับหน่วยงานราชการและกลุ่มนายทุนนั้นคือ กลุ่มลูกจ้าง กลุ่มแม่ค้าพ่อค้ารายย่อย กลุ่มพนักงานขับรถ ลูกค้าที่ขับรถมาจับจ่ายซื้อของ ฯลฯ พวกเขาเหล่านี้แม้ไม่มีอำนาจมากแต่ก็ร่วมอยู่ในเครือข่ายผลประโยชน์ผ่านการรับค่าจ้าง รับเงินเดือน รับสวัสดิการต่างๆ จากกลุ่มนายทุน หรือความสะดวกสบาย จึงพร้อมร่วมมือกับกลุ่มผู้มีอำนาจมากกว่า

นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มคนธรรมดาเหล่านี้ต่างหากที่เป็น “หนังหน้าไฟ” หรือคนที่ถูกผลักให้ต้องออกหน้าเพื่อมารักษาผลประโยชน์ของกลุ่มนายทุนและฝ่ายโครงสร้าง เพราะเมื่อมีการปะทะกับกลุ่มผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ คนกลุ่มนี้เป็นด่านหน้าที่จะออกมาต่อสู้เพื่อเป็นตัวแทนรักษาผลประโยชน์ของฝ่ายผู้กดขี่เอาไว้และเป็นส่วนใหญ่มักตกเป็นเป้าโจมตีหรือจำเลยของสังคมเมื่อเกิดปัญหาขึ้นเสมอ

ภาพที่ 4.47 พาดหัวข่าวของ Teenee.com
(*หืออ!! โซเชียลจวกเละ*, Teenee.com, 2561)

จากภาพข่าวของสำนักข่าวออนไลน์ teenee.com กลุ่มพ่อค้าแม่ขายรายย่อยกลายเป็นหนังหน้าไฟที่ลุกขึ้นต่อสู้กับกลุ่มป้าทุบรถ เป็นกลุ่มแรกและกลายเป็นจำเลยของเหตุการณ์ที่ผู้ใช้งานสื่ออิเล็กทรอนิกส์มุ่งเป้าโจมตีอย่างรุนแรง

ตัวอย่างเช่น คอมเมนต์หนึ่งในเพจ จ็อกปณีย์ ซึ่งเป็นข่าวต้นฉบับที่สำนักข่าวออนไลน์ teenee.com อ้างอิงมาแสดงความอย่างรุนแรงว่า

"มึงต้องโดนขวานจาม ปากมึงนี่พาจนมากอ่ะ บ้านเก่า
แต่บ้านเขาซื้อชีวิตมึงได้เลยนะ อีนี่ต้องเจอกูหน่อยๆ"

(*หืออ!! โซเชียลจวกเละ*, Teenee.com, 2561)

ที่น่าสนใจกว่านั้นคือคอมเมนต์นี้มีผู้ใช้ออนไลน์ซึ่งติดตามเหตุการณ์มากดแสดงความรู้สึกกว่า 517 ครั้งซึ่งถือเป็นปริมาณที่มากที่สุดในบรรดาความเห็นทั้งหมด

ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อ "การจอดรถขวางหน้าบ้าน" เอื้อผลประโยชน์แก่คนหลายกลุ่มตามที่ผู้วิจัยวิเคราะห์ไว้ กลุ่มป้าทุบรถ ผู้หวังแก้ไขปัญหาดังกล่าวจะต้องต่อสู้กับผู้สูญเสียผลประโยชน์ในเครือข่ายมากมายซึ่งส่งผลให้การต่อสู้มีโอกาสล้มเหลวสูงหากไม่มีการหยิบฉวยใช้เครื่องมือการสื่อสารอย่างเป็นระบบ สร้างสรรค์อุบายซับซ้อนลุ่มลึก และการบริหารทุน (capital) หลากหลายด้านที่ชาญฉลาด

อีกยุทธศาสตร์หนึ่งตามทัศนะของ โตมร ศุขปรีชา (*ว่าด้วยการเดิน*, 2561) คือการสร้างวัฒนธรรมรถยนต์เพื่อก่อให้เกิดสังคมแห่งความเกลียดชังบนท้องถนน โดยฝ่ายโครงสร้างปลูกฝังและกล่อมเกลาคนธรรมดาให้เชื่อว่าการครอบครองรถยนต์เป็นความจำเป็นของชีวิตผ่านการบีบบังคับทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงคือการทำให้ตัวเลือกการเดินทางอื่นๆ ด้อยประสิทธิภาพและไม่สะดวก เช่น การสร้างถนนหนทางและบาทวิถีที่ไม่เอื้อแก่คนเดินเท้า ไม่เปิดให้มีเส้นทางสัญจรสำหรับผู้ขับขี่จักรยานเฉพาะอย่างทั่วถึง รวมถึงระบบขนส่งมวลชนอย่าง รถประจำทางสาธารณะ หรือ รถจักรยานยนต์รับจ้าง ที่อันตรายและไม่ได้มาตรฐาน ทางอ้อมคือการปลูกฝังค่านิยมคลั่งไคล้วัตถุ (fetish) และสร้างค่านิยมให้คนธรรมดาเชื่อว่ารถยนต์ถือเป็นเครื่องบ่งบอกสถานะทางสังคมอย่างหนึ่ง ตัวอย่างอันเป็นรูปธรรมคือการให้ค่ากับผู้ขับขี่รถยนต์เมอร์เซเดส-เบนซ์ (Mercedes-Benz) เหนือกว่าผู้ขับขี่รถยนต์แบบอื่นๆ และแน่นอนว่าเหนือกว่าผู้ใช้ท้องถนนรูปแบบอื่น เช่น คนเดินถนน พ่อค้าแม่ขายริมถนน ผู้ขับขี่จักรยานยนต์ ฯลฯ

นอกจากนั้น โตมร ศุขปรีชา (*ว่าด้วยการเดิน*, 2561) ยังแสดงความเห็นต่อไปว่าเมื่อคนธรรมดาสมาทาน วัฒนธรรมรถยนต์ เข้าเป็นส่วนหนึ่งในวิธีคิดแล้ว ประชาชนจะเริ่มแบ่งชนชั้นวรรณะในพื้นที่ท้องถนนและมองว่าคนธรรมดากลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ได้เดินทางในแบบเดียวกับเราเป็น "คนนอก" ไม่มีความเกี่ยวข้องหรือสายสัมพันธ์อันใดจึงสามารถเอารัดเอาเปรียบได้อย่างสะดวกใจ นอกจากนั้นฝ่ายโครงสร้างยังสร้างสภาพถนนและบาทวิถีให้ย่ำแย่ เช่น สภาพผิวการจราจรที่

Ref. code: 25615807300040CHL

ขรุขระ ไม่เคยเรียบ หรือไม่มีทางเดินเท้าสำหรับคนเดินถนน รวมถึงประดิษฐ์กฎจราจรอันไม่เป็นธรรม เช่น การขีดแบ่งช่องจราจรแคบจนรถยนต์ต้องเบียดเสียดกัน จักรยานยนต์ถูกบังคับให้กลับรถไกลแสนไกล คนแก่ต้องจำยอมใช้สะพานลอยสูงลิบลิ่วทั้งๆ ที่รัฐสามารถสร้างทางเดินม้าลายที่ได้มาตรฐานไว้บริการ

ผู้วิจัยเห็นว่าวัฒนธรรมรถยนต์นี้ด้านหนึ่งก็ปั้นสร้างให้ปัจเจกชนผู้ใช้ชีวิตอยู่บนพื้นที่ถนนของเมืองใหญ่รู้สึกแปลกแยกซึ่งกันและกัน สลายความสัมพันธ์ซึ่งอาจเคยมีน้อยให้ยิ่งเปราะบางขึ้นไป และเมื่อถึงคราวต้องเอารัดเอาเปรียบคนธรรมดาคนอื่นก็สามารถทำได้โดยง่ายเพราะเขาเหล่านั้นเป็นเพียง “คนนอก” อีกด้านหนึ่งโครงสร้างจราจรอันไม่เป็นธรรมยังบังคับทางอ้อมให้ผู้ใช้ชีวิตบนท้องถนนเริ่มฝ่าฝืนกฎหมายเป็นนิตย์ สร้างนิสัยเห็นแก่ตัวเพื่อเอาตัวรอดในสังคม “มือใครยาวสาวได้สาวเอา” เมื่อต้องปะทะสังสรรค์กับกลุ่มบุคคลธรรมดาอื่นๆ ผู้ใช้ชีวิตบนท้องถนนร่วมกัน (ในกรณีศึกษาคือกลุ่มป้าทุบรถ ซึ่งเป็นเจ้าของบ้านที่ถูกนำรถยนต์ไปจอดขวางหน้าบ้าน) ผู้ขับขี่จึงไม่รู้สึกเอื้ออาทร เอาใจเขามาใส่ใจเรา แต่พยายามหาข้ออ้างให้ตัวเองพ้นผิดและสามารถเอารัดเอาเปรียบกลุ่มป้าทุบรถ ให้ได้มากที่สุด

สาวถูกทุบรถ รับผิดจอดขวาง อ้างเข้าใจเป็นบ้านร้าง ยันดำเนินคดีถึงที่สุด

ภาพที่ 4.48 พาดหัวของไทยรัฐออนไลน์
(*สาวถูกทุบรถ*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

จากข่าวของสำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์ (*สาวถูกทุบรถ*, 2561) น.ส.รชนิกร เลิศวาสนา หรือหญิงสาวผู้จอดรถขวางหน้าบ้านยืนยันว่าตนจะเอาเรื่องกลุ่มป้าทุบรถ ในข้อหา

Ref. code: 25615807300040CHL

ร่วมกันทำให้เสียทรัพย์ให้ถึงที่สุด และกล่าวว่าการที่ตนจอดรถขวางหน้าบ้านนั้นเป็นเหตุรู้เท่าไม่ถึงการณ์ เพราะคิดว่าบ้านนั้นเป็นบ้านร้าง ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าการให้สัมภาษณ์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้จอดรถขวางถูกยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างกล่อมเกลาจนไม่เกิดความสำนึกว่าตนกำลังทำผิดกฎหมายและสร้างความเดือดร้อนให้แก่เพื่อนร่วมสังคม หากแต่กลับถูกกล่อมเกลาจนกลายเป็นคนเห็นแก่ตัวที่พยายามทำทุกวิถีทางเพื่อหลุดรอดจากความผิดและเอารัดเอาเปรียบผู้อื่นให้ถึงที่สุด

ผู้วิจัยอาจสรุปได้ว่าวัฒนธรรมรถยนต์นั้นเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างสังคมแห่งความเกลียดชังให้เกิดแก่ผู้ใช้ชีวิตบนท้องถนน อาทิเช่น ผู้ขับขี่รถยนต์เกลียดชังเจ้าของบ้านที่ไม่ยอมให้จอดรถขวางทางเข้าออก คนเดินเท้าก่นด่าผู้ขับขี่มอเตอร์ไซค์ที่ขับขี่บนทางเท้า พ่อค้าแม่ขายยกขบวนกันปิดล้อมหน้าบ้านคนธรรมดาที่ดำเนินการขับไล่ตลาด ฯลฯ เมื่อคนธรรมดาหมกมุ่นอยู่แต่การทะเลาะเบาะแว้งซึ่งกันและกันเช่นนี้แล้ว ความบาดหมางและความเกลียดชังจะลวงตาให้คนธรรมดามองไม่เห็นว่าตัวการอันชักใยให้เกิดความบาดหมางระหว่างคนธรรมดาด้วยกันคือฝ่ายโครงสร้างผู้ก่อสร้างผิวจราจรให้ขรุขระ ชำรุดง่าย แบ่งเส้นทางสัญจรสับสน ทำงานเช้าชามเย็นชาม ไม่บังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ฯลฯ นำไปสู่ความล้มเหลวในการรวมตัวของปัจเจกชนผู้กระทำการ (human agency) เพื่อต่อสู้ เรียกร้องและลงโทษฝ่ายโครงสร้างอย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์หลักสุดท้ายคือการผลิตวาทกรรมเพื่อควบคุมสังคมผ่านปฏิบัติการทางวาทกรรมต่างๆ ซึ่งถือเป็นอีกยุทธศาสตร์หนึ่งอันสำคัญที่ช่วยให้ฝ่ายโครงสร้างสามารถป้องกันไม่ให้เหล่าคนธรรมดาลุกขึ้นตั้งคำถามกับระบบได้ ผู้วิจัยอาจแจกแจงวาทกรรมควบคุมที่ถูกใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการกำกับสังคมสำหรับความขัดแย้งบนท้องถนนได้ดังต่อไปนี้

4.2.1.2 วาทกรรมว่าด้วยราชการใช้อำนาจแทนประชาชน

ฝ่ายโครงสร้างอาศัยวาทกรรมทางด้านกฎหมายหลายชุดเพื่อสร้างความชอบธรรมให้คณะบุคคลต่างๆ เช่น สภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมการราษฎร ศาล หรือหน่วยงานราชการต่างๆ มีอำนาจในการใช้อำนาจแทนประชาชน เมื่อเกิดความขัดแย้งขึ้น ฝ่ายโครงสร้างจะให้คำอธิบายว่าประชาชนไม่ควรเคลื่อนไหวด้วยตนเองแต่ควรใช้สถาบันกฎหมายเป็นกลไกหลักในการเรียกร้อง ดังเช่นบทบัญญัติมาตรา 27 ในรัฐธรรมนูญทุกฉบับที่ระบุตรงกันว่า “บุคคลย่อมเสมอกันในกฎหมาย มีสิทธิและเสรีภาพ และได้รับความคุ้มครองตามกฎหมายเท่าเทียมกัน” ซึ่งผลประโยชน์ของฝ่ายโครงสร้างแอบแฝงในการควบคุมไม่ให้เหล่าคนธรรมดาลุกขึ้นมาต่อต้านกับระบบทางตรง แต่ให้ใช้การต่อสู้ผ่านกฎหมายที่เปิดพื้นที่ให้คนทุกคนสามารถเข้ามาใช้สิทธิของตนได้อย่างเสมอหน้ากัน

4.2.1.3 วาทกรรมว่าด้วยหน่วยงานของรัฐผู้ปกป้องประชาชน

ฝ่ายโครงสร้างได้ใช้วาทกรรมทางด้านสังคมหลายชุดในอดีตเพื่อสร้างความหมายว่าหน่วยงานราชการ โดยเฉพาะสถาบันตำรวจนั้นเป็นผู้อุทิศตัวให้แก่ประชาชนและเป็นผู้บำบัดทุกข์บำรุงสุข คำพูดที่แสดงออกถึงวาทกรรมนี้อย่างชัดเจนคือประโยคที่ว่า “หลับเถิดปวงประชา ตัว

Ref. code: 25615807300040CHL

ข้าจะคุ้มภัย” ซึ่งมีผลประโยชน์อยู่เบื้องหลังว่าให้ประชาชนนิ่งนอนใจ ไม่จำเป็นต้องออกไปเรียกร้องหรือตั้งคำถามกับสิ่งใด เพราะตนเองมีหน้าที่ “หลับ” อย่างอุ่นใจและปล่อยให้ “ตัวข้า” ทั้งหลาย “คุ้มภัย” กันตามอำเภอใจ

4.2.1.4 วาทกรรมว่าด้วยปัญหาบนท้องถนนเป็นเรื่องส่วนบุคคล

ฝ่ายโครงสร้างได้ใช้วาทกรรมทางสังคมเพื่อกล่อมให้คนธรรมดาเชื่อว่าปัญหาบนท้องถนนนั้นมีสาเหตุมาจากเหล่าคนธรรมดาที่ไม่มีระเบียบวินัย ไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่มีน้ำใจ คำพูดที่แสดงออกถึงวาทกรรมนี้อย่างชัดเจนคือโครงการ “จอดรถถูกกฎ เพื่อลดอุบัติเหตุ” ซึ่งรณรงค์ให้ประชาชนผู้ใช้ชีวิตบนท้องถนนของจังหวัดสระแก้วจอดรถให้ถูกกฎหมายเพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุ แก้ปัญหารถติดและไม่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น

ภาพที่ 4.49 รองสารวัตรจราจร สระแก้ว เดินสายประชาสัมพันธ์โครงการให้ผู้ขับขี่รถยนต์ (เคาะประตูบ้านรณรงค์, คมชัดลึก, 2560)

แน่นอนว่าพฤติกรรมการขับขี่พาหนะของผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นสาเหตุหนึ่งที่ก่อให้เกิดปัญหาบททท้องถนน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าการรณรงค์ลักษณะนี้ของหน่วยงานราชการกำลังขับเน้นว่าตัวแปรสำคัญที่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนบนท้องถนนนั้นคือ “ความไร้วินัย” ของประชาชนที่ไม่ยอมขับรถตามกฎจราจรที่ถูกบังคับใช้โดยหน่วยงานรัฐบาล โดยละเลยไม่พูดถึงสาเหตุอื่นที่อาจมีความสำคัญมากกว่า เช่น กลุ่มนายทุนไม่จัดเตรียมสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า บริการขนส่งมวลชนที่ไม่ได้มาตรฐานและอันตราย มลพิษทางอากาศที่ทำให้ผู้คนไม่อาจสัญจรด้วยการเดินเท้าหรือจักรยาน ฯลฯ

Ref. code: 25615807300040CHL

4.2.1.5 วาทกรรมพ่อปกครองลูก

ฝ่ายโครงสร้างผลิตวาทกรรมเพื่อกล่อมให้สังคมเชื่อว่าพวกตนได้อยู่ภายใต้การปกครองของผู้ปกครองที่ชอบธรรม เป็นคนดีที่ทุกคนชื่นชม การผลิตวาทกรรมชุดนี้เห็นได้ชัดจากข่าว “กระทรวงสาธารณสุขห่วงใยประชาชนกลับบ้านปีใหม่ หนุนมาตรการป้องปรามดื่มแล้วขับ” ซึ่งศ.คลินิก เกียรติคุณ นพ.ปิยะสกล สกลสัตยาทร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข แสดงความห่วงใยประชาชน อยากให้ผู้ขับขี่ทุกคนหลีกเลี่ยงการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพื่อให้การขับขี่เป็นไปอย่างปลอดภัย จะได้กลับถึงบ้านไปอยู่กับครอบครัวอย่างอบอุ่น มีความสุข นอกจากนั้นเพื่อป้องปรามไม่ให้เกิดเหตุเมาแล้วขับ ทางกระทรวงสาธารณสุขประสานกับสำนักงานตำรวจแห่งชาติเพื่อตั้งด่านตรวจวัดระดับแอลกอฮอล์ในย่านชุมชน เพื่อตรวจและจับปรับประชาชนที่ทำผิดกฎหมาย (กรุงเทพธุรกิจ, 2561)

ผู้วิจัยเห็นว่าฝ่ายโครงสร้างกำลังปั้นสร้างบทบาทตนเองเป็น “พ่อ” ผู้มีความเมตตา เปี่ยมไปด้วยความห่วงใย เฉลียวฉลาดและตระหนักรู้ถึงสาเหตุของความสูญเสีย เขาคนนี้ยอมเสียสละตนเองเพื่อห้ามเตือน “ลูกๆ” ซึ่งคือประชาชนผู้ไม่ประสา ไม่รู้เท่าทันอันตรายของเครื่องดื่มมึนเมา ไม่มีระเบียบวินัย ไม่มีความรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเองและผู้อื่น ฯลฯ ให้หยุดยั้งพฤติกรรมที่จะทำร้ายตัวเองและสังคม มากไปกว่านั้นหาก “ลูกๆ” ไม่ฟังการตักเตือน “พ่อ” ก็พร้อมใช้ “ไม้เรียว” หรือคือการลงโทษทางกฎหมายจราจรเพื่อหวดตี “เด็กไม่ดี” จนหลาบจำเพื่อให้สังคมกลับสู่ความปกติสุข

4.2.1.6 ยุทธศาสตร์รอง-ลงทัณฑ์ให้หลาบจำ

ทว่าที่ใดมีการใช้อำนาจ ที่นั่นย่อมมีการต่อต้าน เมื่อกลุ่มคนธรรมดาถูกกดขี่จนมองเห็น “ความไม่ปกติ” ของปรากฏการณ์ ในบางจังหวะและโอกาสเมื่ออำนาจของโครงสร้างเผอเรอหรือควบคุมไปไม่ถึง กลุ่มคนธรรมดาจะลุกขึ้นมาต่อต้านเช่น หนุ่มมอเตอร์ไซค์ขี่ปาดหน้ารถเบนซ์อย่างสะใจ หรือขับขี่ไม่สวมหมวกกันน็อค สำหรับกรณีที่เกิดการต่อต้านเล็กๆ น้อยๆ เหล่านี้ยุทธศาสตร์ที่ฝ่ายโครงสร้างใช้คือการเพิกเฉย ซึ่งเป็นการละเลยการปฏิบัติหน้าที่และปล่อยให้เหล่าคนธรรมดาสนุกสนานกับการเอาเปรียบซึ่งกันและกันโดยละเลยว่าเป้าหมายที่ตัวควรเรียกร้องคือหน่วยงานรัฐบาลที่มีภาระจากภาษีที่ต้องดำเนินการจัดการบ้านเมืองให้สงบเรียบร้อย เช่น กรณีของตลาด เราจะเห็นว่าชาวตลาด “รังแก” กลุ่มป้าทุบรถมาโดยตลอดผ่านการกระทำหลากหลาย เช่น การด่าทอ การนินทา การใส่ร้ายป้ายสี (ไทยรัฐทีวี, 2561) สิ่งที่โครงสร้างทำคือการเพิกเฉยและปล่อยให้กลุ่มคนธรรมดาเหล่านั้นต่อสู้กันเองแต่หลงลืมไปว่าศัตรูที่แท้จริงคือหน่วยงานราชการต่างหาก

สำหรับคนธรรมดาทั่วไปแล้ว วงจรของยุทธศาสตร์ (strategy) เหล่านี้จะทำงานอย่างแนบเนียนอยู่ในระบบวิธีคิดและทำให้คนธรรมดามองเห็นปัญหาเหล่านี้เป็นเรื่องธรรมชาติเป็นชะตากรรมที่คนโชคร้ายต้องเจอ และใช้ความอดทนในการผ่านพ้นจมอยู่กับปัญหาเหล่านั้นโดยไม่

ก่อปัญหาให้ฝ่ายโครงสร้างเกิดความรำคาญ เมื่อวงจรของกลยุทธ์ในลักษณะนี้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ไม่เคยถูกตั้งคำถามจากคนในสังคม ฝ่ายโครงสร้างจะไม่เพียงเฉยเมยต่อปัญหาที่เกิดขึ้นแต่จะพยายามรักษาภาวะที่ตนเป็นผู้กดทับเหล่านี้ด้วยการทำตัวเป็นปัญหาเสียเองด้วย ตัวอย่างเช่นจากกรณีของ ป้าทุบรถ ตำรวจของสำนักงานเขตประเวศไม่เพียงไม่แก้ปัญหารถจอดขวางหน้าบ้านให้แก่ประชาชนผู้เดือดร้อน กลับยังสร้างความเดือดร้อนให้มากขึ้นด้วยการล็อคล้อรถจนประชาชนเจ้าของบ้านไม่สามารถออกจากบ้าน ทั้งได้ค่าปรับจากผู้จอดรถขวางหน้าบ้านและยังลงโทษกลุ่มป้าทุบรถ ที่โทรศัพท์แจ้งความเข้าไปจนก่อให้เกิดความรำคาญ

อย่างไรก็ตาม เมื่อการต่อสู้ของคนธรรมดายกระดับไปอีกขั้น เช่น เกิดการฟ้องร้องหน่วยงานของรัฐบาล ยุทธศาสตร์ที่โครงสร้างใช้เพื่อรับมือคือ การทำให้เป็นปริศนา หรือคือความล่าช้าและความซับซ้อนของระบบราชการ (red-tape) กระบวนการทุกอย่างถูกจัดทำอย่างเป็นความลับ ไม่มีที่มาที่ไป และไม่สามารถติดตามเรื่องได้ เช่น การฟ้องร้องแจ้งความ เมื่อดำเนินการไปแล้วผู้ฟ้องร้องต้องใช้ความพยายามมากในการติดตามเรื่อง ไปเฝ้าหน้าโรงพัก ไปฟ้องร้องผู้มีอำนาจมากกว่า เรื่องถึงจะเดินหน้าต่อไปได้ หรือบางครั้งอาจต้องจ่ายเงินใต้โต๊ะต่างๆ เพื่อให้คดีดำเนินต่อไปได้ ตัวอย่างเช่น การที่หน่วยงานราชการเพิกเฉยต่อความเดือดร้อนของกลุ่มป้าทุบรถ แม้จะมีการเรียกร้องให้ออกมาแก้ปัญหาก็ตามเนื้อหาข่าวต่อไปนี้

> ตนยื่นฟ้อง ม.ร.ว.สุขุมพันธุ์ บริพัตร ผู้ว่าฯ กทม. (ณ ขณะนั้น) ผู้อำนวยการเขตประเวศ (ณ ขณะนั้น) สำนักงานเขตประเวศ และ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ทำให้ความเดือดร้อนจากการสร้างตลาดเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ศาลจะมีคำสั่งแล้ว แต่ก็ไม่ได้มีการบรรเทาทุกข์แต่อย่าง ทุกวันนี้ยังต้องเผชิญเหตุการณ์รอบด้านอย่างซ้ำซาก เมื่อแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ เรื่องก็เงียบ ไม่มาดูแล หรือ ดำเนินการใดๆ (*ป้าทุบรถ แฉ!,* 2561)

แต่หากกลุ่มคนธรรมดายังพยายามที่จะต่อรองอำนาจต่อไป ฝ่ายโครงสร้างจะเริ่มใช้กลยุทธ์ การเบี่ยงประเด็น หรือคือการอ้างถึงระบบกระบวนการอันซับซ้อน เอกสารที่เป็นภาษาเฉพาะทาง เช่น ภาษากฎหมาย ภาษาราชการ ภาษาไทยกลาง เพื่อให้กลุ่มคนอำนาจน้อยเกิดความสับสนและไม่สามารถหาเหตุผลมาโต้แย้งได้ เราจะเห็นว่าในกรณีของ ป้าทุบรถ นั้น ธนสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง ผู้อำนวยการเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ได้แสดงให้เห็นถึงการใช้ยุทธศาสตร์นี้ผ่านการให้สัมภาษณ์ในรายการ “คุยตรงๆ กับจอมขวัญ” (ไทยรัฐทีวี, 2561) โดยเมื่อพิธีกรถามว่าตลาดรอบๆ บ้านป้าทุบรถทุกแห่งถูกกฎหมายหรือไม่ ผู้อำนวยการกลับไปพูดถึงจำนวนตลาดและบรรยายถึงการทำงานของหน่วยงาน จนสุดท้ายบรรลุผลสำเร็จในการไม่ตอบคำถามให้ตรงประเด็นว่าตลาดถูกต้องหรือไม่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

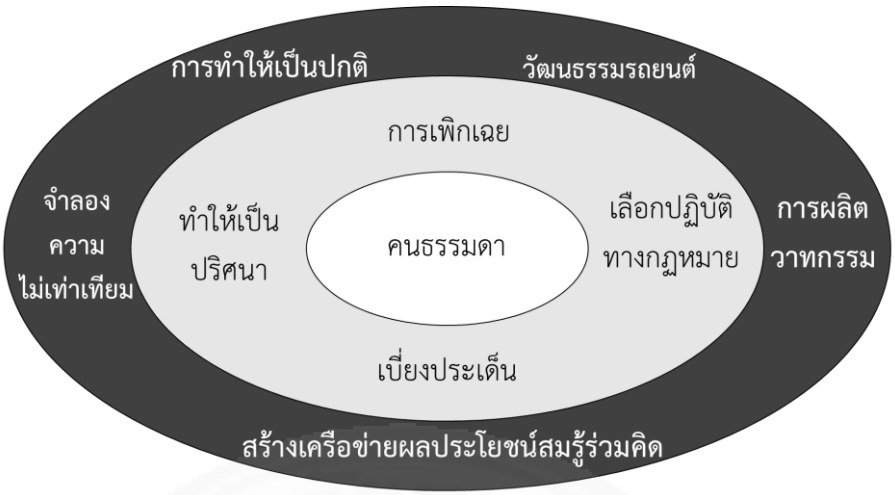
> จอมขวัญ : ผู้อำนวยการค่ะ ดิฉันถามแบบนี้เลย ตลาดรอบๆ บ้านคุณป้าร่วมๆ 10 ตลาดทั้งหมดนี้ ถูก-กฎ-หมาย (เน้นเสียง) หรือเปล่าค่ะ

ผู้อำนวยการ : ต้องเรียนว่า ตลาดตรงนั้นมีตลาดใหญ่รอบบ้านคุณป้าบุญศรี 4 ตลาดฝั่งตรงข้ามหนึ่งตลาด ซึ่งเราได้ดำเนินคดีและรื้อโครงสร้างไปแล้ว ครับ ก็มีอยู่เท่าเนี้ย ที่เหลือก็เป็นเรื่องของการดำเนินคดี อ่า จัดระเบียบผู้ค้าและจัดระเบียบผู้ค้าที่ยังไม่ได้รับการคุ้มครอง เราก็เริ่มหักตังค์ พอได้รับการคุ้มครองเราก็เคลียร์ตลาดออกไป บางเจ้าก็ไปอยู่ในตลาด บางเจ้าก็ไปอยู่ตรงอื่นต่อไป... (*ป้าทุบรถสุดทน*, ถามตรงๆ กับจอมขวัญ, 2561)

แต่หากยังไม่สามารถ “ปราบ” กลุ่มผู้ต่อต้านได้อีก ยุทธศาสตร์สุดท้าย คือ การเลือกปฏิบัติทางกฎหมาย หรือคือการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือในการปราบปรามกลุ่มผู้ต่อต้านและละเลยกลุ่มที่เป็นพันธมิตรของตน กรณีของป้าทุบรถ หลังเกิดเหตุการณ์และเจ้าของรถกระบะเข้าแจ้งความกับสน. เขตประเวศ เราจะเห็นว่าฝ่ายตำรวจตั้งข้อหาที่รุนแรงเกินความเป็นจริงแก่กลุ่มป้าทุบรถ อันได้แก่ ร่วมกันทำให้เสียทรัพย์ ข่มขู่ทำให้ผู้อื่นตกใจกลัว และพกพาอาวุธไปในเมือง หมู่บ้าน ทางสาธารณะโดยไม่ได้รับอนุญาต และส่งสำนวนให้พนักงานอัยการจังหวัดพระโขนงอย่างรวดเร็ว ทั้งๆ ที่ยังไม่ได้เดินทางเข้ามาตรวจตราสถานที่จริงหรือมีการสอบพยานปากอื่นแต่อย่างใด (*สาวถูกทุบรถ*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561) แต่ละเลยการตั้งข้อหา “จอดรถกีดขวางทางเข้าออก” แก่ฝ่ายเจ้าของรถกระบะทั้งๆ ที่ความผิดนี้เห็นชัดเจนตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 397 ที่ระบุว่า ผู้ใดกระทำด้วยประการใดๆ ต่อผู้อื่น อันเป็นการรังแก ข่มเหง คุกคาม หรือกระทำให้ได้รับความอับอายหรือเดือดร้อนรำคาญ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินห้าพันบาท ถ้าการกระทำความผิดตามวรรคหนึ่งเป็นการ กระทำในที่สาธารณสถาน หรือต่อหน้าธารกำนัล หรือเป็นการกระทำอันมีลักษณะส่อไปในทางที่จะล่วงเกินทางเพศ ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินหนึ่งเดือน หรือปรับไม่เกินหนึ่งหมื่นบาท (*คุก 15 วัน สาวจอดรถขวาง*, 2561)

โดยสรุป เห็นได้ว่าฝ่ายโครงสร้างนั้นสร้างยุทธศาสตร์หลักที่ควบคุมความคิดความอ่านของคนทั้งสังคมไว้ด้วยการเปลี่ยนให้การถูกกดขี่บนท้องถนนกลายเป็นเรื่อง “ปกติ” เป็นชีวิตประจำวันที่ต้องเผชิญหน้า จำลองความไม่เท่าเทียมในสังคมจริงมายังพื้นที่ท้องถนน สร้างเครือข่ายผลประโยชน์สมรู้ร่วมคิด และการผลิตวาทกรรมเพื่อครอบงำความคิดของกลุ่มคนธรรมดา ขณะที่เมื่อมีการต่อต้านเกิดขึ้นจริง ฝ่ายโครงสร้างจะผลิตยุทธศาสตร์ชุดใหม่ขึ้นมาเพื่อลงทัณฑ์ผู้คิดต่อต้าน ตั้งแต่การเพิกเฉย การทำให้เป็นปริศนา การเบี่ยงประเด็น ไปจนถึงการเลือกปฏิบัติทางกฎหมาย ผู้วิจัยสรุปยอดความคิดแผนภาพต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 4.50 แสดงยุทธศาสตร์หลัก-ยุทธศาสตร์รองของฝ่ายโครงสร้าง

4.2.2 อุบายของฝ่ายผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ

ดังที่แจกแจงไปในส่วนของบริบทของเหตุการณ์ ท่ามกลางบรรยากาศที่หน่วยงานราชการและนายทุนมีอำนาจนำในสังคมและใช้ยุทธศาสตร์ต่างๆ กดดันกลุ่มป้าทุบรถ ผู้มีอำนาจน้อยผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ กลุ่มผู้มีอำนาจน้อยที่ไม่ยินยอมต่อการกดขี่เริ่มทดลองสร้างสรรค์ “อุบาย” ในพื้นที่เล็กๆ คือในระดับหมู่บ้านจัดสรรของตน ก่อนขยายขอบเขตการต่อสู้ของตนไปทีล่ะน้อยๆ โดยที่ฝ่ายรัฐบาลไม่ทันสังเกต ในที่สุดเมื่อถึงโอกาสและจังหวะที่เหมาะสม ผู้มีอำนาจน้อยก็ “ทุบรถ” เพื่อพลิกสถานการณ์จากผู้ถูกกดขี่กลายเป็นผู้ไล่ล่า และดำเนินอุบายต่อเนื่องเพื่อนำพาการต่อสู้ไปสู่ชัยชนะ

อย่างไรก็ตาม การใช้อุบายของกลุ่มป้าทุบรถ ไม่ใช่ตัวแปรเดียวที่ขับเคลื่อนกรณีศึกษานี้ไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยีการสื่อสารก็ถือเป็นอีกตัวแปรสำคัญที่เข้ามาช่วยเหลือการต่อสู้ โดยสื่อที่เข้ามาประสานรับอุบายการต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ ที่สำคัญคือสื่อสารมวลชนกระแสหลัก และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ดังที่กล่าวมาในบทก่อนหน้านี้ กระบวนการแลกเปลี่ยนและขับเคลื่อนอุบายอาจแจกแจงเป็นวงจรได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

อุบายที่กลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ใช้สามารถแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

4.2.2.1 การจัดลำดับความสำคัญของคู่ต่อสู้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยพบว่ากลุ่มป้าทุบรถ ต้องปะทะกับกลุ่มผลประโยชน์ที่มาเอารัดเอาเปรียบหลายกลุ่ม ตัวอย่างเช่น กลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่า เช่น หน่วยงานราชการ (รัฐบาล ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร สำนักงานตำรวจเขตประเวศ) นายทุนเอกชน (เจ้าของตลาด) ไปจนถึงกลุ่มคนที่มีอำนาจสูสีหรืออำนาจน้อยกว่า เช่น ชาวตลาด ผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ต

เมื่อต้องรับมือกับกลุ่มผลประโยชน์หลายกลุ่ม อุบายที่กลุ่มป้าทุบรถเลือกใช้เป็นอันดับแรกคือการจัดอันดับความสำคัญของคู่ต่อสู้โดยใช้เกณฑ์อำนาจและความสามารถในการจัดการกับเหตุการณ์เป็นตัวจำแนก คนที่มีอำนาจมากและมีหน้าที่ต้องสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นแก่ปัญหาตรงหน้ามากที่สุด (หรือคือ หน่วยงานราชการ) จะได้รับการจัดอันดับความสำคัญเป็นอันดับแรกและเป็นเป้าหมายที่กลุ่มป้าทุบรถ เลือกต่อสู้เป็นอันแรก เป้าหมายถัดมาคือกลุ่มนายทุนเจ้าของตลาดซึ่งแม้จะมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรงเพราะเป็นผู้สร้างตลาด และเป็นผู้มีอำนาจมากแต่ไม่ได้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการแก้ไขปัญหา อีกทั้งกลุ่มป้าทุบรถ ยังไม่มีวิธีการกดดันกลุ่มนี้ให้มาแสดงความรับผิดชอบได้อีกด้วย ลำดับถัดมาคือกลุ่มชาวตลาดผู้ทำความเดือดร้อนตรงหน้า แม้จะมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรงแต่เป็นผู้มีอำนาจน้อยและไม่ได้มีความรับผิดชอบต่อเหตุการณ์โดยตรง ลำดับสุดท้ายคือกลุ่มผู้ใช้บนโลกอินเตอร์เน็ตที่ไม่เห็นด้วยและวิพากษ์วิจารณ์ต่างๆ นานา ไม่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรง มีอำนาจน้อย เราอาจเขียนตารางจำแนกคู่ต่อสู้ของ ป้าทุบรถ ในส่วนนี้ได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1

สถานะคู่ต่อสู้ของ ป้าทุบรถ

	ความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์	**อำนาจเพื่อการแก้ปัญหา**	**กิจกรรมที่ทำ**
หน่วยงานราชการ	ผู้รับผิดชอบโดยตรง	มาก	กล่าวโทษถึงโดยตรง
นายทุนเอกชน	รับผิดชอบโดยอ้อม	มาก	หลีกเลี่ยงการพูดถึง
กลุ่มชาวตลาด	รับผิดชอบโดยอ้อม	น้อย	หลีกเลี่ยงการพูดถึง
กลุ่มผู้ใช้งานทางอินเตอร์เน็ต	ไม่เกี่ยวข้อง	น้อย	หลีกเลี่ยงการพูดถึง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยอาจขยายความการอธิบายดังต่อไปนี้

(1) ทุบให้ถูกเป้า เล็งให้ตรงจุด-กลุ่มหน่วยงานราชการผู้รับผิดชอบต่อเหตุการณ์โดยตรง

พิจารณาตามตารางที่ 4.1 จะเห็นว่ากลุ่มหน่วยงานราชการนั้นมีองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความสามารถในการแก้ปัญหาได้ครบทั้งสามองค์ประกอบ กล่าวคือ หนึ่ง เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรงเพราะปัญหาเกิดขึ้นในพื้นที่ดูแลรับผิดชอบของกรุงเทพมหานครและเขตประเวศ สอง ได้รับอำนาจจากประชาชนเพื่อดูแลความสงบเรียบร้อยของบ้านเมืองผ่านการบังคับใช้กฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ สาม มีหน้าที่ต้องบำบัดทุกข์บำรุงสุขประชาชนโดยตรงเนื่องจากทำงานรับ

เงินเดือนเป็นภาษีจากประชาชน อย่างไรก็ตาม เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงคือนอกจากหน่วยงานรัฐจะไม่ได้ดำเนินการแก้ปัญหาให้ประชาชนตามหน้าที่แล้ว ยังเป็นผู้ซ้ำเติมให้เกิดปัญหาหนักหนาขึ้นไปอีก เช่น กรณี พ.ต.อ.อลงกรณ์ ศิริสงคราม ผู้กำกับการ สน.ประเวศ ตั้งข้อหากับกลุ่มป้าทุบรถ โดยไม่ได้ลงพื้นที่สำรวจปัญหาอย่างแท้จริง

ภาพที่ 4.51 พาดหัวข่าวของ Spring News
(2 ป้าทุบรถ, Spring News, 2561)

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า กลุ่มหน่วยงานราชการเป็นกลุ่มที่ควรเป็นเป้าในการต่อสู้มากที่สุด เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ มีอำนาจ และมีหน้าที่ต้องรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ แต่กลับเพิกเฉยและซ้ำเติมเหล่าคนธรรมดาเสียเอง

หากใช้ฐานความคิดแบบหน้าที่นิยม (functionalism) เข้ามาพิจารณา เราอาจพบว่าการที่กลุ่มป้าทุบรถ ต้องพุ่งเป้าการต่อสู้ไปที่หน่วยงานราชการเป็นอันดับแรกนั้นเป็นเพราะรู้ดีว่าความล้มเหลวในการบังคับใช้กฎหมายเพื่ออำนวยความยุติธรรม ขับไล่ตลาดและผู้เอารัดเอาเปรียบออกไปนั้นมีสาเหตุมาจากความล้มเหลวในการทำงานตามหน้าที่ของหน่วยงานราชการ (malfunction) เช่นกัน การต่อสู้เพื่อความยุติธรรมของตนให้ได้ผลนั้นคือการต่อสู้เรียกร้องให้กลไกของรัฐกลับมาทำงาน (function) ดังเดิมตามที่ควรเป็นไปตามกฎหมาย

เมื่อตระหนักถึงสิทธิอันชอบธรรมของตนเอง กลุ่มผลประโยชน์กลุ่มแรกที่ป้าทุบรถให้ความสำคัญในการต่อสู้เป็นอันดับแรกคือกลุ่มหน่วยงานราชการ หลักฐานคือไม่ว่าจะเป็นการแถลงข่าวหรือการให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชน ป้าทุบรถจะกล่าวถึงหม่อมราชวงศ์สุขุมพันธุ์ บริพัตร อดีตผู้ว่ากรุงเทพมหานคร และเจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาลเขตประเวศหลายตำแหน่ง

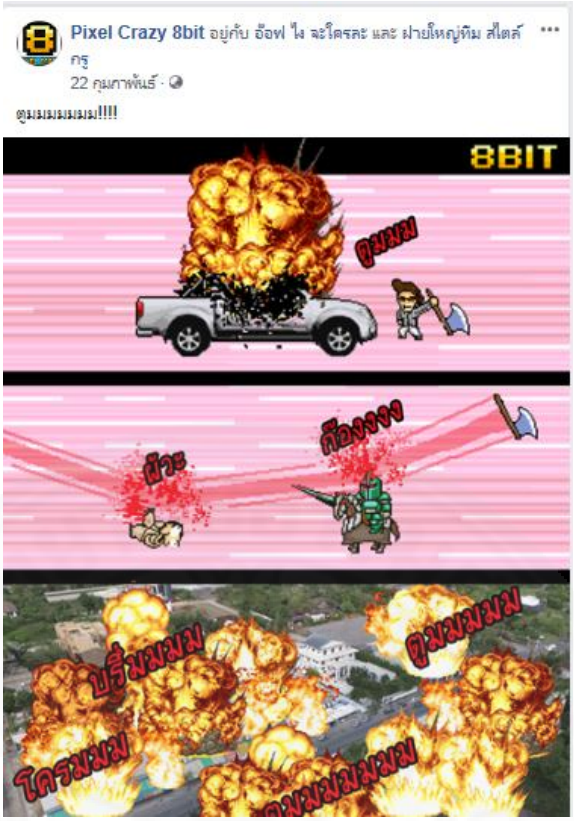
“ผู้ว่ากทม.เป็นผู้ทำให้เกิดความเดือดร้อนแก่ผู้อาศัย ทีนี้เมื่อเราได้คุ้มครองจากศาลปกครองสองครั้ง ผอ.ประเวศ ทำให้เราได้รับความเดือดร้อน เขาสมควรที่จะต้อง

รับผิดชอบในส่วนที่เกิดความเสียหาย” บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 (“ป้าทุบรถแถลงระบาย,” 2561)

> ยังไม่พอใจกับคำตอบของผู้ว่าฯ ปี 2526 มีกฎหมายคุ้มครองของคณะปฏิวัติฉบับที่ 286 และมีพระราชบัญญัติจัดสรรที่ดินสิ่งแวดล้อมต่างๆ สิ่งนี้เกิดขึ้นก่อนที่จะเกิดตลาด เพราะหมู่บ้านเสรีวิลล่าขอจัดสรรที่ดินเพื่ออยู่อาศัย ที่ผู้ว่าฯ บอกว่าตรงนี้สร้างได้มีเหตุผลอะไร ปี 2559 ก็ไปแก้กฎหมายเพื่อทำการพาณิชย์อีก (บุญศรี แสงหยกตระการ ให้สัมภาษณ์กับรายการเจาะประเด็นช่อง 8, 21 ก.พ. 2561)

เมื่อมีการให้สัมภาษณ์ของกลุ่มป้าทุบรถ ถึงกลุ่มผู้มีอำนาจใดแล้ว เสมือนหนึ่งเป็นการ “ชี้เป้า” ให้กลุ่มผู้สนับสนุนระดมกำลังไปต่อสู้กับเป้าหมายนั้นอย่างไม่แตกแถว ตัวอย่างเช่น เมื่อกลุ่มป้าทุบรถ ให้สัมภาษณ์ชี้ให้เห็นว่าเขตกรุงเทพมหานครนั้นมีความเกี่ยวข้องและต้องรับผิดชอบต่อเหตุการณ์อย่างไร (วันที่ 21 ก.พ. 2561) กลุ่มผู้สนับสนุนคือสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น Springnews ติดตามรายงานข่าวการทำงานของ พล.อ. อัศวิน ขวัญเมือง รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ภายในวันเดียวกัน (21 ก.พ. 2561) (ภาพ 4.47) ด้านสื่อดิจิทัลก็จะรับลูกนำเนื้อหาเหล่านี้มาวาดเป็นภาพล้อเลียนเพื่อเสริมกระบวนการต่อสู้ เช่น เพจล้อเลียนออนไลน์ 8 BIT ล้อเลียนฝ่ายรัฐบาลอันได้แก่นายสุขุมพันธุ์ บริพัตร ผู้ว่ากรุงเทพมหานคร และพล.อ. อัศวิน ขวัญเมือง รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครว่าถูก “ขวานป้า” จัดการในวัดถัดมาคือ 22 ก.พ. 2561 (ภาพ 4.48)

ภาพที่ 4.52 พาดหัวข่าวจาก Springnews
(*“อัศวิน”รับปากป้าทุบรถ!,* Springnews, 2561)



ภาพที่ 4.53 ภาพล้อเลียนจากเพจ 8 BIT
(ตูมมมม, 8 BIT, 2561)

(2) ทุบไม่ได้ ต้องคอย “แซะ” ให้อับอาย - นายทุนเจ้าของตลาด

หากพิจารณาจากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มนายทุนเอกชนผู้เป็นเจ้าของตลาดนั้นมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรงเพราะเป็นผู้สร้างตลาด มีอำนาจมากกว่ากลุ่มป้าทุบรถผ่านการบริหารทุนเศรษฐกิจของตนเอง อย่างไรก็ตาม กลุ่มนายทุนไม่ได้มีความรับผิดชอบโดยตรงในการเคลื่อนย้ายตลาดออกไปเนื่องจากผู้มีสิทธิชี้ขาดว่าผิดกฎหมายหรือไม่ ควรขับไล่หรือเปล่าคือหน่วยงานราชการ

เมื่อ ป้าทุบรถ พิจารณาแล้วว่ากลุ่มของตนไม่สามารถเปลี่ยนแปลงกลุ่มผู้มีอำนาจกลุ่มนี้ได้ อุบายที่ใช้ร่วมกับกลุ่มนี้คือการ “แซะ” หรือการพูดถึงแบบอ้อมๆ อย่างไม่เจาะจงตัว แต่กล่าวถึงทุกครั้งเพื่อสะกิดให้รู้ตัวว่าตนเองเป็นผู้ก่อให้เกิดความเดือดร้อนและควรต้องแสดงความรับผิดชอบ

อุบายที่ปรากฏ เช่น การใช้คำพูดรวมๆ พูดถึง “ตลาด” ซึ่งฟังผิวเผินเหมือนพูดถึงพ่อค้าแม่ขายที่เป็นชาวตลาด แต่แท้จริงแล้วระหว่างบรรทัดคือการพูดถึงเบื้องหลังผู้สร้าง

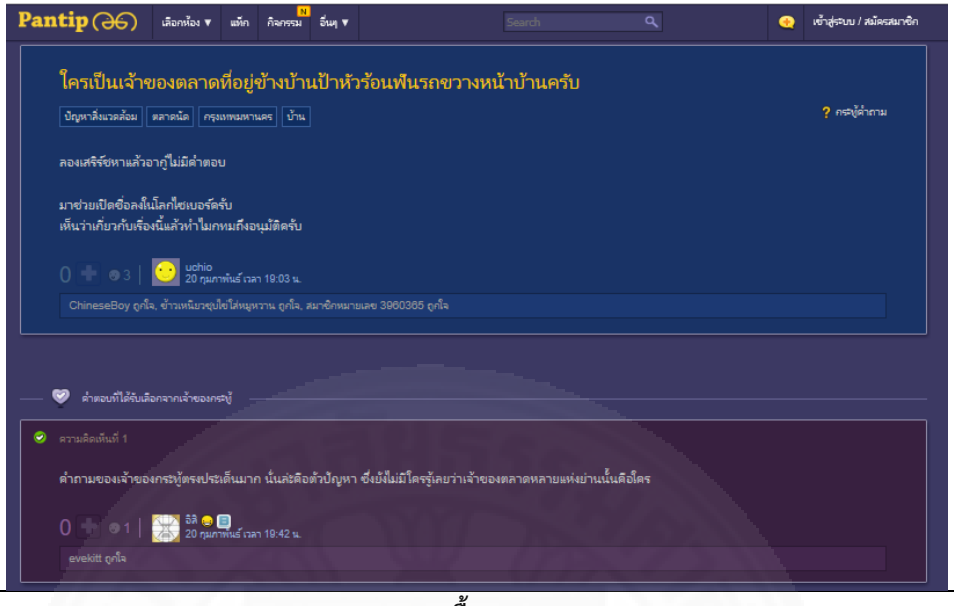
ตลาดคือ “เจ้าของตลาด” ที่มาลงทุนและสร้างตลาดในบริเวณดังกล่าวและเป็นรากเหง้าทำให้เกิดผู้ค้าขายมาสร้างความเดือดร้อน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

> พื้นที่นี้เป็นพื้นที่เพื่ออยู่อาศัย เดิมซื้อที่ดินนี่มาไม่มีตลาดเลย ต่อมามีตลาดทั้งซ้าย ขวา มีเต็นท์โครงเหล็กขนาดใหญ่ ฝนตกน้ำก็เทเข้าบ้าน ต่อมามีการสั่งให้รื้อถอน แต่ต่อมาผู้ว่า มีการออกใบอนุญาตซ้อนในพื้นที่ที่กำลังมีคำสั่งคุ้มครอง นอกจากนี้ยังละเลยขยายตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ด้านข้าง 55 เมตร เป็นตลาด ด้านหน้าก็เป็นตลาด ด้านหลังก็ที่จอดรถ เกิดมลพิษทั้งเสียง ควันรถ เดือดร้อนตลอดเวลา ซึ่งไม่เคยมีการคำนึงถึงความเดือดร้อนของผู้อยู่อาศัยเลย แม้ว่าจะมีคำสั่งคุ้มครองจากศาล ไม่ให้สร้างความเดือดร้อนรำคาญแต่ก็ไม่ได้เคยได้รับความคุ้มครองเลย มีการจอดรถขวางบ้านเกือบทุกวัน (บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561)

หากมองในกรณีนี้ก็จะเห็นว่า “ตลาด” นั้นไม่สามารถขยายตัวเองได้ แต่ต้องมีผู้ “ขยาย” ตลาดออกไปซึ่งนั้นก็คือนายทุนเจ้าของตลาดที่อยู่เบื้องหลังความเดือดร้อนเหล่านี้

สำหรับคู่ต่อสู้ที่เป็นนายทุนเอกชนนั้น หลังจากที่ ป้าทุบรถ ชี้เป้าแล้ว กลุ่มสื่อมวลชนกลับไม่ใช่กลุ่มแรกที่นำประเด็นนี้มาขยายต่อหากแต่เป็นกลุ่มผู้ใช้งานสังคมออนไลน์ในเว็บบอร์ด pantip.com น่าสนใจว่าอุบายที่ผู้ใช้ออนไลน์เหล่านี้ทำคือ “การตั้งข้อสังเกต” โดยปกปิดตัวตน ใช้เพียงชื่อยูสเซอร์หรือชื่อที่ใช้สำหรับการทำกิจกรรมบนเว็บบอร์ดเท่านั้น ตรงตามที่ Michel de Certeau (1987) ให้แนวคิดไว้ว่าเมื่อเหล่าคนธรรมดาหมายลุกขึ้นมาต่อสู้กับผู้เอารัดเอาเปรียบ พวกเขาจะปกปิดตัวตนและดำเนินกิจกรรมเหมือนกองโจร ลอบโจมตีผู้มีอำนาจจากเงามืดที่ไม่สามารถจับฉวยใครมาเป็นผู้กระทำผิดได้

Ref. code: 25615807300040CHL



เนื้อหา

ใครเป็นเจ้าของตลาดที่อยู่ข้างบ้านป้าหัวร้อนฟันรถขวางหน้าบ้านครับ

ลองเสริช์หาแล้วอากู้ไม่มีคำตอบ มาช่วยเปิดชื่อลงในโลกไซเบอร์ครับ เห็นว่าเกี่ยวกับเรื่องนี้แล้วทำไมกทมถึงอนุมัติครับ

ผู้โพสต์ uchio

ความคิดเห็นที่ 1

คำถามของเจ้าของกระทู้ตรงประเด็นมาก นั่นล่ะคือตัวปัญหา ซึ่งยังไม่มีใครรู้เลยว่าเจ้าของตลาดหลายแห่งย่านนั้นคือใคร

ผู้โพสต์ อิสิ

ภาพที่ 4.54 กระทู้บนเว็บบอร์ดพันทิป
(ใครเป็นเจ้าของตลาด, 2561)

การปกปิดตัวตนทำให้คนธรรมดาสามารถหลุดรอดจากการตรวจสอบของผู้มีอำนาจและยังสามารถตั้งคำถามอันแหลมคมโดยไม่จำเป็นต้องแสดงหลักฐานสนับสนุน (de Certeau, 1987) เหมือนเช่นกรณีนี้ที่เราพบว่าเนื้อหาของโพสต์แม้จะเป็นการตั้งข้อสังเกตสั้นๆ และมีความเห็นเข้ามาตอบเพียง 12 ความเห็น (นับถึงวันที่ 13 สิงหาคม 2561) แต่กลับมีแรงสะดุ้งสะเทือนจนทำให้สำนักข่าวกระแสหลักเริ่มหาข้อมูลและรายงานรายชื่อของเจ้าของตลาดทั้ง 5 แห่งที่ตั้งอยู่รอบๆ บ้าน ป้าทุบรถ เช่นการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวต่อไปนี้

ภาพที่ 4.55 รายงานข่าวของ โพสต์ทูเดย์
(เขตประเวศยืนยัน, 2561*)*

ภาพที่ 4.56 การนำเสนอของไทยรัฐออนไลน์
(ละเว้น หรือทุจริต?, 2561*)*

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าหากพิจารณาการต่อสู้กับกลุ่มผู้มีอำนาจสองกลุ่มนี้ เราอาจพบว่าสื่อมวลชนกระแสหลักจะเน้นช่วยกลุ่มป้าทุบรถ ต่อสู้กับหน่วยราชการเนื่องจากเป็นข่าวประเด็นหนัก เป็นข่าวบ้านเมืองที่สำนักข่าวนิยมนำเสนอแต่เมื่อสำนักข่าวตกหล่นการนำเสนอบางประเด็น สื่ออิเล็กทรอนิกส์จะเป็นตัวช่วยจุดประเด็นให้เกิดการฉุกคิดหรือช่วยสื่อกระแสหลัก "วัดกระแส" ก่อนว่าควรจะนำเสนอประเด็นนี้ออกไปดีหรือไม่ ประเด็นที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์นำเสนอจึงมีความสร้างสรรค์กว่า ทำหน้าที่จุดกระแสให้แก่สังคม หากแต่ประเด็นที่สื่อมวลชนกระแสหลักนำเสนอจะมีพลังและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้มากกว่า

กลุ่มชาวตลาด

พิจารณาตามตารางที่ 4.1 พบว่าแม้กลุ่มชาวตลาดเป็นกลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรงเพราะเป็นหนึ่งในผู้เอารัดเอาเปรียบและปะทะกับกลุ่มป้าทุบรถโดยตรงทุกวัน หากแต่กลับไม่มีอำนาจในการแก้ไขปัญหาและยังไม่มีหน้าที่ผูกพันต้องแก้ปัญหาให้อีกด้วย

ในช่วงแรกก่อนเกิดการทุบรถ จะเห็นว่ากลุ่มป้าทุบรถ เคยพยายามเจรจากับชาวตลาด เช่น การพูดคุยกับคนที่มาจอดรถขวางหน้าบ้าน หรือการเจรจากับตัวแทนของตลาดแล้วแต่กลับไม่สามารถแก้ปัญหาได้ ประสบการณ์จากการต่อสู้ในอดีตทำให้ป้าทุบรถเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการปะทะกับกลุ่มคนกลุ่มนี้มากที่สุดโดยมักสื่อสารผ่านการแถลงข่าวหรือการสัมภาษณ์ว่ากลุ่มตนไม่ได้มีเรื่องขัดแย้งกับชาวตลาด แต่เรื่องทั้งหมดเกิดจากการทำหน้าที่บกพร่องของหน่วยงานราชการ ตัวอย่างดังต่อไปนี้

"...ส่วนคนที่บอกว่าเราไปทุบถีบรถ ก็เป็นการกล่าวหาเราจากแม่ค้าพ่อค้า เราไม่ได้มีเรื่องกับตลาด เราร้องเรียนที่ สำนักงานเขต อยากขอให้สื่อเรื่องนี้ไปให้ถึง คสช. ว่าประชาชนได้ฟ้องร้องไปแล้วก็ยังไม่มีใครฟัง..." บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าว วันที่ 19 ก.พ. 2561 ("ป้าทุบรถแถลงระบาย,"2561)

แต่ในส่วนของผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ต กระแสพูดถึงชาวตลาดมีอาการ "เสียงแตก" มากที่สุดกล่าวคือบางส่วนก็เห็นใจผู้ค้าขายในตลาดว่าเป็นผู้หาเช้ากินค่ำและทำมาหากินสุจริต ขณะที่บางส่วนก็ยืนยันในสิทธิของกลุ่มป้าทุบรถ ว่าสามารถขับไล่ชาวตลาดออกไปได้อย่างชอบธรรม แต่ส่วนใหญ่หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ชาวตลาดโดยตรง ตัวอย่างเช่น กรณีที่ผู้ใช้กระทู้พันทิปรายหนึ่งตั้งกระทู้แนะนำให้ป้าทุบรถขายบ้านและย้ายออกไปหากไม่สามารถอยู่ร่วมกับชาวตลาดได้

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.57 กระทู้พันทิปแนะนำให้ป้าขายบ้านและย้ายไปอยู่ที่อื่น
(*ทำไมป้าทุบรถ*, พันทิป, 2561)

แต่ในทางตรงกันข้าม กลุ่มผู้สนับสนุนป้าทุบรถมีบางส่วนที่วิพากษ์วิจารณ์ปัจเจกชนที่อยู่ฝ่ายตลาด แต่การวิพากษ์วิจารณ์นี้ก็ยังพยายามหลบเลี่ยงไม่พูดถึงชาวตลาดมากนัก ตัวอย่างเช่น กระทู้ต่อไปนี้ที่ผู้ตั้งกระทู้มุ่งเป้าวิจารณ์ไปที่ผู้ขับขี่รถกระบะว่าเป็นผู้เห็นแก่ตัวและผู้ที่มาเข้าข้างว่าเป็นผู้ที่ไม่มีเหตุผล แต่ก็หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ชาวตลาดโดยตรงเช่นกัน

ภาพที่ 4.58 กระทู้พันทิปวิพากษ์วิจารณ์ผู้ที่เข้าข้างสาวขับรถกระบะ
(*เพื่อนสาวของรถกระบะ*, พันทิป, 2561)

โดยสรุป อุบายการจัดอันดับความสำคัญของคู่ต่อสู้ (prioritisation) เป็นอุบายที่ถูกใช้เพื่อยกระดับการต่อสู้จากการต่อสู้เพื่อในปัญหาระดับจุลภาค (micro) หรือคือปัญหาการจอดรถขวางหน้าบ้าน กลายเป็นปัญหาระดับมหภาค (macro) หรือคือปัญหาการเพิกเฉยและละเลยการปฏิบัติหน้าที่ของหน่วยงานราชการที่สร้างความอยุติธรรมและความปั่นป่วนให้แก่สังคม

การจัดอันดับการต่อสู้โดยเล็งเป้าสู้ไปยังหน่วยงานรัฐบาล (ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ มีอำนาจในการแก้ไขปัญหา และมีภาระต้องรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาให้แก่ประชาชน) เป็นอันดับแรกนั้นจึงเป็นอุบายที่ช่วยแก้ปัญหาได้ในทั้งสองระดับคือ ระดับผลประโยชน์ส่วนบุคคล (micro interest) คือการที่ย้ายตลาดซึ่งเป็นตัวการสร้างปัญหาออกไป ขณะเดียวกันก็แก้ปัญหาในระดับสังคม (public interest) ได้คือการเปิดเผยความเลวร้ายของระบบราชการไทยและปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนลุกขึ้นตั้งคำถามกับการทำงานของหน่วยงานราชการ

4.2.2.2 การใช้เรื่องเล่า (Story Telling)

การเล่าเรื่องถือเป็นเทคนิคหนึ่งที่เหล่าคนธรรมดาใช้เป็นอุบาย (tactic) เพื่อต่อต้านอำนาจของโครงสร้างที่เป็นทางการและเข้าใจยาก เช่น การบอกเล่าเรื่องราวความเดือดร้อนที่เกิดจากตลาดนับ 10 ปีของ ป้าทุบรถ ด้วยคำพูดที่มีสีสัน มีการผูกเรื่องด้วยอารมณ์และข้อมูลที่ครบถ้วนนั้น ย่อมน่าสนใจกว่าการแถลงข่าวของตำรวจที่ใช้ภาษาราชการและใช้ศัพท์ที่เข้าใจยาก อย่างไรก็ตาม การเล่าเรื่องโดยเล็งผลให้เกิดการเคลื่อนไหวนั้นไม่ใช่การเล่าไปเรื่อยๆ แต่เป็นการเล่าเพื่อสอดแทรกอุบายอันจะพลิกสถานการณ์ให้ฝ่ายตนเองขึ้นมาได้เปรียบในการต่อสู้อย่างแนบเนียน จากเหตุการณ์ ป้าทุบรถ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าฝ่ายผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ใช้เทคนิคในการเล่าเรื่องเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกคล้อยตามดังต่อไปนี้

(1) โครงเรื่อง (Plot)

ลักษณะของโครงเรื่องคือเรื่องราวของคุณป้าผู้อ่อนแอสามคนซึ่งต้องอดทนอดกลั้นต่อปัญหาสารพัดที่เกิดจากตลาดมาตลอด 10 ปี โดยที่เปิดเรื่องด้วยภาพหมู่บ้านที่สงบสุข ป้าทั้งสามพร้อมครอบครัวย้ายเข้ามายังหมู่บ้านแห่งนี้ด้วยความหวังที่จะใช้ชีวิตบั่นปลายอย่างสงบสุข แต่แล้วเมื่อเวลาผ่านไปกลับมีตลาดเข้ามาตั้งทำให้หมู่บ้านที่สงบสุขเกิดความวุ่นวายไปทั่ว ดังตัวอย่างเช่นการให้สัมภาษณ์ใน “รายการเล่นใหญ่ จัดเต็ม” ซึ่งพิธีกร ปุ๋ม ปนัดดา วงศ์ผู้ดี เริ่มต้นรายการด้วยการถามถึงความเป็นอยู่ก่อนเกิดความขัดแย้งต่อไปนี้

พิธีกร : อยู่มากี่ปีแล้วค่ะ

ป้าบุญศรี : รวมเวลาถึงปัจจุบันนี้ก็เกือบ 20 ปีแล้วค่ะ

พิธีกร : เกือบ 20 ปี ก็โอเค สำหรับไร่กว่าแถวนั้นก็คงยังเป็นป่าอยู่เนอะ เพิ่งตัดถนนใหม่ๆ เป็นหมู่บ้าน

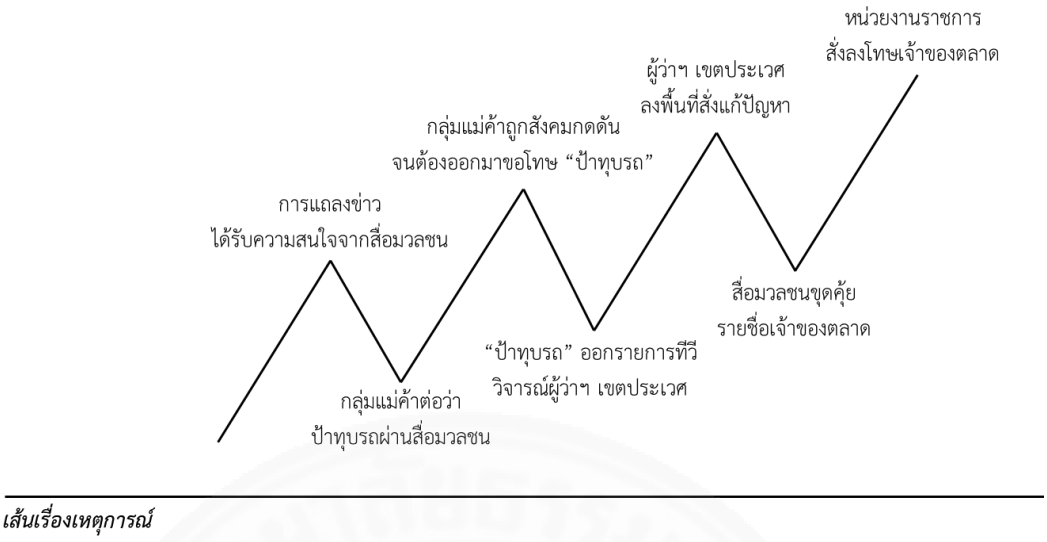
ป้าบุญศรี : อ่อ ไม่ค่ะ สถานที่ สาธารณูปโภคอะไรก็ดูสวยงามดี ทุกอย่างเรียบร้อย เข้าออกสะดวก แต่พอเกิดตลาดซ้ายและขวา หมู่บ้านของเราก็เริ่มไม่เหมือนเดิม (“10 ที่ป้าทน,” 2561)

คุณป้าทั้งสามจึงต้องต่อสู้กับภาครัฐและกลุ่มอำนาจมืดเพื่อความสงบสุขของคนทั้งหมู่บ้านผ่านกระบวนการยุติธรรม จนนำไปสู่เหตุการณ์ทุบรถซึ่งถือเป็นจุดสูงสุดของเรื่อง (climax) แล้วเรื่องราวจึงค่อยๆ คลี่คลายลงผ่านการช่วยเหลือของสื่อมวลชนและศาลยุติธรรมต่อไป

ภาพที่ 4.59 ตัวอย่างข่าวที่สื่อถึงพล็อตเรื่อง “10 ปีที่อดทนมานาน” *(ป้าทุบรถ พร้อมสู้,* PPTV, 2561)

การออกแบบเรื่องให้เหมือนกับละครเรื่องหนึ่ง (dramatisation) เป็นการเพิ่มอำนาจให้กับอุบายเนื่องจากก่อให้เกิดความน่าติดตาม ชวนให้ผู้รับสารช่วยกันตีความเนื้อเรื่อง และยังพยายามเชื่อมโยงเนื้อหากับชีวิตของผู้รับสารเป็นระยะเพื่อสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันอีกด้วย อย่างไรก็ตาม เรื่องราวของกลุ่มป้าทุบรถนั้นไม่ได้จบลงเป็นครั้งๆ ไปหากแต่เมื่อเรื่องราวเข้าสู่ช่วงคลี่คลาย (decline) ก็จะมีประเด็นใหม่เพิ่มเข้ามาซึ่งทำให้เรื่องราวกลับเข้ามาอยู่ในความสนใจอีกครั้ง เป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆ

Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 4.60 พัฒนาการเรื่องเล่าของกลุ่มป้าทุบรถ

(2) ความขัดแย้ง (Conflict)

เป็นความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสถาบัน โดยกลุ่มผู้สนับสนุนคุณป้าทั้งสามพยายามเน้นว่าเรื่องที่เกิดขึ้นไม่ใช่การขัดผลประโยชน์กันระหว่างป้ากับตลาด แต่เป็นการต่อสู้ระหว่างประชาชนกับอำนาจมิชอบของรัฐบาล เป็นคดีตัวอย่างที่ไม่ใช่เรื่องส่วนตัวแต่เป็นเรื่องส่วนรวมที่ทุกคนควรเข้าร่วมการต่อสู้นี้ด้วย

ภาพที่ 4.61 ตัวอย่างข่าว “ระบบรัฐล่าช้า” แสดงให้เห็นว่าคอลัมนิสต์ของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการพยายามย้ำว่าคู่ขัดแย้งของป้าทุบรถคือรัฐบาล ไม่ใช่เอกชน (พระบาท นามเมือง, 2561)

ความขัดแย้งนี้ช่วยเพิ่มอำนาจให้แก่อุบายโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเข้าสู่สื่อดิจิทัลซึ่งผู้รับสารส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางซึ่งยึดถือคุณค่าเรื่องคุณธรรมและความยุติธรรม พวกเขาถูกชักจูงให้เข้าร่วมการต่อสู้ผ่านหน้าจอสื่อดิจิทัลโดยไม่รู้ตัวและนำเอาความขัดแย้งตั้งต้นนี้ไปปรับเข้ากับตัวเอง

(3) ตัวละคร

ตัวละครมีลักษณะมิติเดียวคือตัวละครที่เป็นฝ่ายคุณป้า เช่น คุณป้าทั้งสาม คนในหมู่บ้าน ศาลยุติธรรมและสื่อมวลชนถูกวาดภาพให้เป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นคนดีปฏิบัติตามกฎหมายและต่อสู้ตามกระบวนการยุติธรรมมาโดยตลอด และเหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นเป็นการกระทำที่ชอบธรรมและเป็นการต่อสู้เพื่อทวงสิทธิของตนคืนมา ขณะที่ภาพหน่วยงานรัฐบาลทั้งกรุงเทพมหานคร เขตประเวศ และสถานีตำรวจเขตประเวศ ต่างมีภาพเป็นผู้ร้าย สรุปคือเป็นการสร้างภาพตัวละครให้มีลักษณะคู่ตรงข้าม (binary opposition) ซึ่งทำให้ผู้รับสารมองเห็นภาพชัดว่าตัวละครกลุ่มหนึ่งเป็นคนดี และตัวละครอีกกลุ่มหนึ่งเป็นวายร้าย

ผู้วิจัยเห็นว่าอุบายในการสร้างตัวละครของกลุ่มป้าทุบรถ นั้นอาจสะท้อนผ่านการรายงานข่าวของสื่อมวลชนโดยเฉพาะการบรรยาย ป้าทุบรถ ว่าเป็นผู้ที่อดทนต่อความอยุติธรรมของสังคมและความเดือดร้อนของตลาดมานานกว่า “10 ปี” และแท้จริงแล้วกลุ่มป้าทุบรถ เป็นคนนิสัยสุภาพและใจดี ไม่ได้เป็นคนเลือดร้อนตามที่ถูกชาวตลาดกล่าวหา (ไทยรัฐออนไลน์, 2561) ตามพาดหัวข่าวดังต่อไปนี้

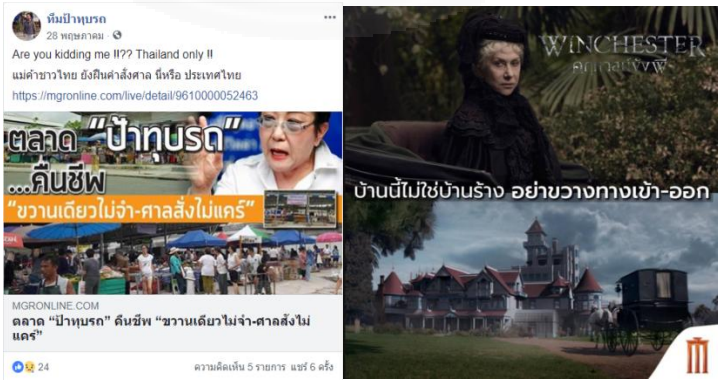
ภาพที่ 4.62 พาดหัวข่าวของไทยรัฐออนไลน์
(#ทีมป้า มาแรง!, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

ขณะที่หากเป็นฝ่ายโครงสร้าง กลุ่มป้าทุบรถ จะสร้างภาพให้เป็นผู้ร้ายในเครื่องแบบที่ร่วมมือกับกลุ่มนายทุนเจ้าของตลาดเพื่อใช้อำนาจมืดในการข่มเหงรังแกประชาชน สังเกตจากการที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวตั้งข้อสงสัยว่าสำนักงานเขตประเวศเป็นผู้อยู่เบื้องหลังช่วยเหลือให้ตลาดสามารถดำเนินกิจการต่อเนื่องหรือไม่ ผ่านการนำเสนอข่าวการสัมภาษณ์นายอนันต์

ชัย ไชยเดช ทนายความของกลุ่มป้าทุบรถ (*ไม่รื้อเจอกัน*, อมรินทร์ทีวี, 2561) นอกจากนั้นเมื่อ ป้าทุบรถ เริ่มให้ข่าวพาดพิงถึงกลุ่มโครงสร้างต่างๆ และฝ่ายโครงสร้างเองก็ออกมาให้ข่าว สื่อมวลชนกลับเลือกใช้คำที่มีอคติ เช่น งงกันทั้งบาง ซึ่งเป็นช่วงที่พิธีกรจากรายการ “ถามตรงๆ กับจอมขวัญ” ต่อสายตรงถาม นายธนะสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง ผู้อำนวยการเขตประเวศเกี่ยวกับการก่อสร้างตลาดรอบบ้านป้าทุบรถ แล้วได้รับคำถามว่าตลาดทั้งหมดไม่ถูกกฎหมายแต่สามารถตั้งได้ ซึ่งทำให้เกิดการตั้งคำถามจากสังคมว่าผู้อำนวยการตอบไม่ตรงคำถามหรือจงใจเบี่ยงประเด็นกันแน่ (“มีร้อนๆ หนาวๆ,” 2561)

ภาพที่ 4.63 อมรินทร์ทีวี (ซ้าย) และ ไทยรัฐออนไลน์ (ขวา)

ความพยายามของ ป้าทุบรถ ในการสร้างตัวละครนั้นเพื่อทำให้เกิดลักษณะคู่ตรงข้าม (binary opposition) ขึ้นให้หมู่ “ตัวแสดง” ของเหตุการณ์นี้ แม้ตัวละคร ป้าทุบรถ จะมีลักษณะ “แบน” คือเมื่อเป็นคนดีแล้วทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำก็เป็นเรื่องดี ส่วนโครงสร้างก็เป็นคนร้ายที่ทำอะไรก็ก่อให้เกิดความเสียหาย ก่อให้เกิดความอยุติธรรมไปทั่ว แต่ความไม่มีมิติของตัวละครนี้ก็ทำให้เรื่องราวเข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน ซึ่งความเข้าใจง่ายนี้ส่งผลให้เกิดการตีความแบบใหม่ๆ และการส่งต่อเรื่องราวไปได้อย่างลื่นไหล ดังเช่นตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 4.64 ภาพ “ตลาดคืนชีพ” (ซ้าย) และภาพจากล้อเลียนจากเพจ Major Group (ขวา)

ภาพจากเพจทีมป้าทุบรถแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานโซเชียลมีเดียสร้างภาพให้ ป้าทุบรถ เป็นวีรสตรีผู้ปราบตลาด ส่วนตลาดก็เป็นผู้ร้ายดื้อด้านที่ไม่ยอมตายและกลับมาคืนชีพเพื่อสร้างความเดือดร้อนอีกครั้ง (*แม่ค้าชาวไทย ยังฝืนคำสั่งศาล*, ทีมป้าทุบรถ, 2561) ขณะที่เพจ Major Group นำเรื่องราวของ ป้าทุบรถ มาล้อเลียนเข้ากับภาพยนตร์เรื่อง Winchester คฤหาสน์ขังผี โดยเปรียบป้าเป็นตัวละคร ซาร่า วินเชสเตอร์ เจ้าของคฤหาสน์ผีสิงที่ต้องต่อสู้กับผีร้ายที่พยายามบุกเข้ามาในบ้านเพื่อทำความเดือดร้อนและเอาชีวิตเธอ เจ้าของคฤหาสน์ที่ต่อสู้กับเหล่าผีอย่างห้าวหาญถูกเปรียบเป็นป้า ส่วนผีร้ายที่พยายามบุกเข้าทำความเดือดร้อนและเอาชีวิตของเธอก็คือโครงสร้าง (*ป้า "ซาร่า วินเชสเตอร์"*, Major Group, 2561)

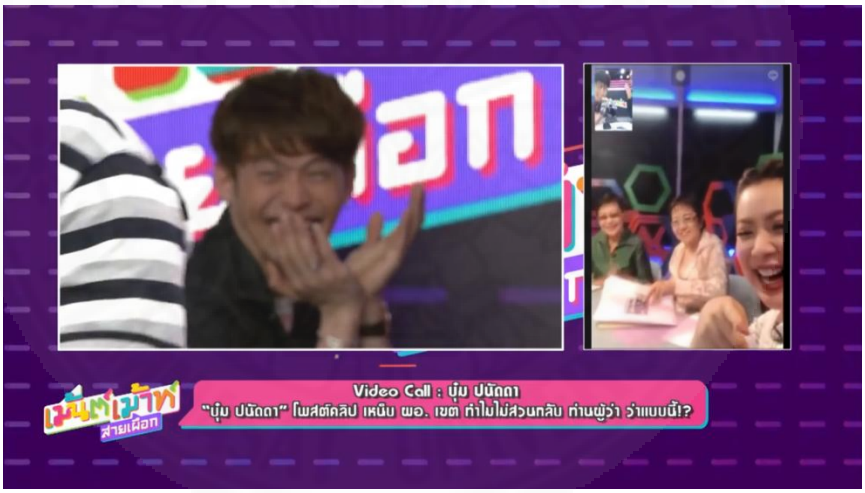
4.2.2.3 การเลือกใช้สื่อผสม (Mixed Media)

หลังเหตุการณ์การทุบรถเกิดขึ้น (หลังวันที่ 19 ก.พ. 2561) กลุ่มป้าทุบรถ และผู้สนับสนุนยังคงมีการใช้สื่อทั้ง 4 แบบได้แก่ การพูดแบบเห็นหน้า การใช้สื่อตัวอักษร การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และการใช้สื่อสารมวลชน หากแต่มีการให้ "น้ำหนัก" หรือให้คุณค่ากับสื่อแต่ละประเภทไม่เท่ากัน และจุดประสงค์ของการใช้สื่อแต่ละชนิดก็แตกต่างกันไป

(1) การใช้สื่อสารมวลชน

แม้จะเป็นสื่อชนิดที่สองที่เข้ามาในกระบวนการต่อสู้แต่กลับเป็นสื่อที่กลุ่มป้าทุบรถ ให้ความสำคัญมากที่สุด สังเกตจากการประกาศไม่ไปเข้ารับทราบข้อกล่าวหาที่สถานีตำรวจ แต่เลือกที่กระจายข่าวผ่านสื่อมวลชนให้มาฟังตนแถลงข่าวในวันรุ่งขึ้น หรือ วันที่ 20 ก.พ. 2561 แทน (เดลินิวส์, 2561) นอกจากนั้นในเวลาต่อมา กลุ่มป้าทุบรถ ยังเดินสายให้สัมภาษณ์แก่สื่อสารมวลชนกระแสหลักสำนักต่างๆ เช่น ไทยรัฐทีวี เนชั่น คมชัดลึก อมรินทร์ทีวี และอื่นๆ นอกจากนั้นยังให้สัมภาษณ์แก่สื่อประเภทบันเทิง เช่น รายการเม้นต์เม้าท์สายเผือก กับ บุ๋ม ปนัดดา ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มป้าทุบรถ ไม่เพียงให้ความสำคัญกับสื่อที่รายงานข่าวหนัก (hard news) เท่านั้น แต่ยังให้ความสนใจกับข่าวเบา (soft news) อีกด้วย

ภาพที่ 4.65 คลิปจากรายการ ข่าวข้น คนเนชั่น
(*ฟังกันอีกครั้ง!,* เนชั่นทีวี, 2561)



ภาพที่ 4.66 คลิปจากรายการเม้นต์เม้าท์สายเผือก กับ บุ๋ม ปนัดดา
(*งานเข้า!,* IG DaraThai, 2561)

จุดประสงค์การใช้สื่อมวลชน

ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มป้าทุบรถ มีจุดประสงค์ในการใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือในการ “กระจายเสียง” หรือเรียกระดมพลกลุ่มคนผู้สนับสนุนจากสาธารณะให้เข้ามาร่วมกันผ่านการรายงานข่าวสู่สาธารณชน

นอกจากนั้น ป้าทุบรถ ยังหยิบยืมพลังของสื่อมวลชนกระแสหลักเพื่อเปลี่ยน “การบ่น” บนโลกโซเชียลมีเดียที่กระจัดกระจายและไม่ลึกซึ้งกลายเป็นการจัดระบบข้อมูล

อย่างมืออาชีพ (เช่น การที่สื่อมวลชนจัดทำ infographic แสดงตำแหน่งที่ตั้งรอบบริเวณ) หรือการเจาะข้อมูลที่ฝ่ายโซเชียลมีเดียเปิดประเด็นมาขยายให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น (เช่น กรณีที่ผู้ใช้รายหนึ่งโพสต์เรื่องพ่อของตัวที่เสียชีวิตเพราะรถขวางหน้าบ้านจนมีผู้ป่วยเสียชีวิต สื่อมวลชนหลายสำนักติดตามรายงานประเด็นนี้ต่อเนื่อง) และนำไปสู่ผลสำเร็จที่กลุ่มป้าทุบรถ ต้องการผลักดันการต่อสู้ของตนเอง

ภาพที่ 4.67 แผนที่แสดงตำแหน่งบ้านของ ป้าทุบรถ และตลาดทั้ง 5 แห่ง (*ป้าทุบรถ เผยหมดเปลือก*, บรรจง ชงข่าว, 2561)

ภาพที่ 4.68 การรวบรวมเรื่องเล่าออนไลน์มาจัดระบบโดยสื่อมวลชนกระแสหลัก (*ลูกพ่อมาเอง*, ผู้จัดการออนไลน์, 2561)

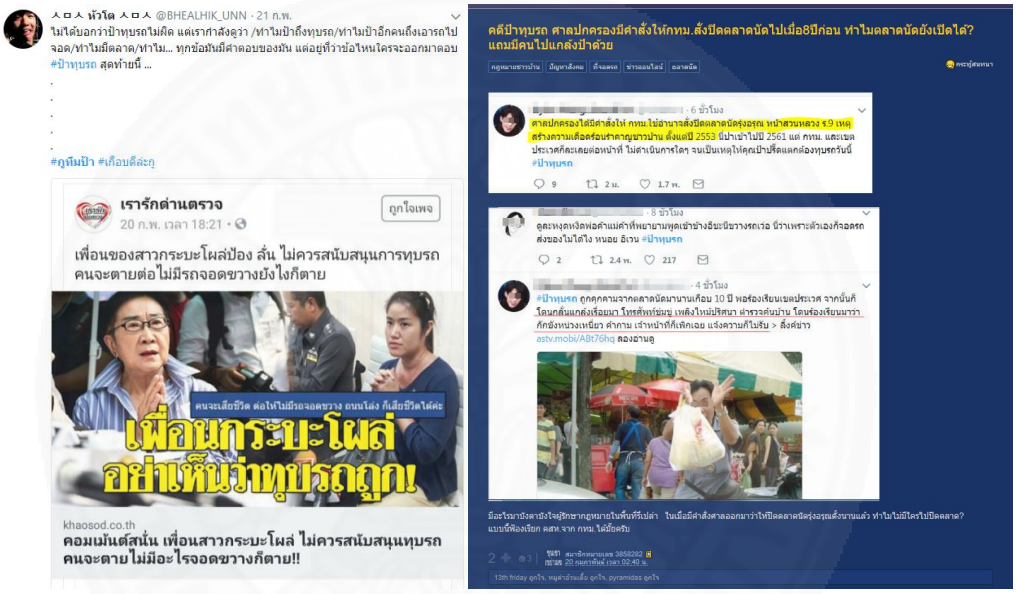
นอกจากนั้นยังเป็นพื้นที่สื่อมวลชนกระแสหลักยังเป็นพื้นที่เผยแพร่อุบายชั้นดีเนื่องจากสื่อมวลชนกระแสหลักครอบครองสื่อหลายรูปแบบ เช่น สำนักข่าวเนชั่น มีทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่อหนังสือพิมพ์เป็นของตัวเอง การเป็นพันธมิตรกับสื่อมวลชนกระแสหลักจึงก่อให้เกิดอำนาจในการเผยแพร่การต่อสู้ของตนเองออกไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมาก

(2) การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย

จัดเป็นสื่อชนิดแรกที่ถูกนำเข้ามาใช้ร่วมในการต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถเป็นอันดับแรก เนื่องจากภาพและเสียงปฏิบัติการ “ทุบรถ” ถูกเผยแพร่สู่สายตาสาธารณะชนด้วยคลิปวิดิโอจากสังคมออนไลน์ หากแต่ทางด้านกลุ่มป้าทุบรถ เองกลับไม่ได้ให้ความสำคัญกับสื่อชนิดนี้มากนัก โดยแม้จะมองเห็นว่ามีการใช้สมาร์ทโฟนบันทึกภาพของตนเองขณะ “ทุบรถ” ไว้แต่ก็ไม่ได้ห้ามปรามหรือส่งเสริมอย่างใด นอกจากนั้นในการสัมภาษณ์แต่ละครั้ง กลุ่มป้าทุบรถ ไม่เคยกล่าวอ้างถึงกระแสบนโซเชียลมีเดียที่เข้าข้างตนเอง

ภาพที่ 4.69 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มป้าทุบรถ ทราบว่ามีการอัดคลิปวีดิโออยู่แต่ไม่ได้ให้ความสนใจ (*เปิดอีกคลิป*, ข่าวสดออนไลน์, 2561)

อย่างไรก็ตาม ในมุมของกลุ่มคนธรรมดาที่ต้องการเข้าร่วมสนับสนุนการต่อสู้ของ ป้าทุบรถ แล้ว สื่อดิจิทัลถือเป็นช่องทางที่พวกเขาเลือกใช้มากที่สุดเนื่องจากไม่มีทุนพอให้เป็นที่สนใจของสื่อสารมวลชนกระแสหลักจนสามารถ “เป็นข่าว” ได้ แต่ที่สำคัญ การสื่อสารบนโลกดิจิทัลยังเปิดโอกาสให้คนธรรมดาสามารถแสดงความคิดเห็นและผลักดันการต่อสู้ได้อย่างอิสระโดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตนต่อสาธารณะ ทำให้ไม่จำเป็นต้องรับความเสี่ยงที่จะถูกลงโทษจากรัฐบาลหรือลงโทษจากสังคมจากการแสดงความคิดเห็นของตนเองออกไป ผู้วิจัยจึงพบเห็นการแสดงความเห็นโดยปกปิดสถานะของตนเองกระจายอยู่เต็มสื่อสังคมออนไลน์ดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 4.70 โพสต์จากกลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ซึ่งปกปิดตัวตนบนสื่อดิจิทัล ทวิตเตอร์ พันทิป และเฟซบุ๊ก ตามลำดับ (จากซ้ายไปขวา)

จุดประสงค์ของการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย

แม้สื่อดิจิทัลจะไม่ใช่ช่องทางหลักที่กลุ่มป้าทุบรถ สนใจเป็นพิเศษ หากแต่สำหรับกลุ่มผู้สนับสนุนแล้ว ช่องทางดิจิทัลถือเป็นช่องทางที่ทรงพลังไม่เพียงผลักดันการต่อสู้ แต่เป็นเหมือน “บ่อบ่มเพาะ” ที่หล่อเลี้ยงกระแสท่ามกลางเหล่าชนชั้นกลางให้คงอยู่ มันเปิดพื้นที่ให้คนธรรมดาเข้ามาถกเถียง แสดงความเห็น ก่อนจะตกผลึกสร้างเป็นกระแสใหม่อย่างหนึ่งอย่างใดเพื่อส่งต่อไปยังสื่อมวลชนกระแสหลักผลักดันกลายเป็นหัวข้อข่าวต่อไป ตัวอย่างเช่น กรณี “เจ้าของตลาดเป็นใคร” ซึ่งผู้จุดประเด็นเป็นผู้ใช้บนพันทิป ก่อนจะถูกนำประเด็นไปนำเสนอต่อบนสื่อกระแสหลัก

(3) การใช้สื่อเอกสารและตัวอักษร

สื่อประเภทนี้ได้แก่หลักฐานต่างๆ ใบฟ้องร้อง ภาพถ่าย คำสั่งศาล จากการสังเกต ผู้วิจัยพบว่าช่วงแรกๆ หลังเหตุการณ์ทุบรถ กลุ่มป้าทุบรถ จะนำเอกสารเหล่านี้แสดงต่อสื่อมวลชนและผู้ชมทางบ้านทุกครั้ง โดยเอกสารแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ประเภทแรกคือ เอกสารภาพถ่ายที่แสดงการทำความเดือดร้อนรูปแบบต่างๆ จากตลาด ประเภทที่สองคือเอกสารที่เป็นตัวอักษรคือเอกสารจากราชการ เช่น ใบอนุญาตจัดสรรที่ดินเพื่อทำที่อยู่อาศัย ใบคำร้องของผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านเสรีวิลล่า ประเภทสุดท้ายคือป้ายประกาศติดหน้าประตู ซึ่งได้แก่คำสั่งศาล คำประกาศของชาวบ้านหมู่บ้านเสรีวิลล่า และข่าวจากหน้าหนังสือพิมพ์ต่างๆ

จุดประสงค์ของการใช้สื่อเอกสารและตัวอักษร

หลังจากกลุ่มป้าทุบรถ ได้ใช้ขวานและเสียมเป็นสื่อวัตถุเพื่อส่งสารถึงการเริ่มต้นการต่อสู้ นัยหนึ่งขวานและเสียมเหมือนเป็น “ระฆัง” ที่เคาะเป็นสัญญาณเรียกกลุ่มผู้สนับสนุนซึ่งอยู่กระจัดกระจายกันในสังคมให้ใช้สื่อที่ตนมีเพื่อเข้ามาร่วมการต่อสู้กับฝ่ายผู้มีอำนาจมาก สื่อวัตถุชนิดต่อมาที่ใช้เพื่อขับเคลื่อนการต่อสู้คือสื่อเอกสารและตัวอักษรที่กลุ่มป้าทุบรถ ใช้เพื่อแสดงถึงเหตุผล หลักฐานและความน่าเชื่อถือของการต่อสู้ เช่น ภาพถ่าย เอกสารคำร้องและคำสั่งศาล ผู้วิจัยเห็นว่าเอกสารและตัวอักษรจัดเป็นสาร (message) ที่ถูกนำมาใช้ร่วมกับการสื่อสารเชิงอารมณ์ผ่านสื่อการพูดให้การต่อสู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 4.71 สื่อมวลชนถ่ายทอดภาพการนำเสนอเอกสารของกลุ่มป้าทุบรถ

(4) การใช้สื่อการพูด

ผู้วิจัยสังเกตว่ากลุ่มป้าทุบรถ ใช้สื่อการพูดทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา ระหว่างการรายงานหรือการสัมภาษณ์ของสื่อมวลชน ด้านวัจนภาษา ป้าทุบรถ ใช้น้ำเสียงโกรธเคือง ไม่พอใจ และใส่อารมณ์เสมอเมื่อพูดถึงความเดือดร้อนของตนที่ได้รับจากหน่วยงานราชการ ขณะที่ด้านอวัจนภาษา การย่นคิ้ว การหัวเราะเยาะ การยิ้มเหยียด ฯลฯ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ภาพที่ 4.72 การพูดแบบใส่อารมณ์ของกลุ่มป้าทุบรถ
(*ไม่เรียกร้อง ไม่มีสิทธิ*, มติชนสุดสัปดาห์, 2561)

ภาพที่ 4.73 รอยยิ้มของ ป้าทุบรถ ขณะฟังสัมภาษณ์ผู้อำนวยการเขตประเวศ
(*ป้าทุบรถสุดทน*, พูดตรงๆ กับจอมขวัญ, 2561)

จุดประสงค์ของการใช้สื่อการพูด

การพูดถือเป็นสื่อที่สร้างอารมณ์ร่วมให้แก่ผู้ฟังได้อย่างดี กลุ่มป้าทุบรถจึงเลือกสื่อชนิดนี้มาใช้เพื่อสร้าง “สีสันและความน่าสนใจ” ให้กับการต่อสู้ ทำให้การต่อสู้น่าติดตามและลุ้นระทึกประหนึ่งละคร ผู้วิจัยเห็นว่าหากสื่อเอกสารและวัตถุทำหน้าที่เป็นสาร (message) บอกเล่าเหตุผล สื่อการพูดก็เป็นสารบอกเล่าอารมณ์และความรู้สึก เห็นได้ว่า ป้าทุบรถ จะใช้สารทั้งสองชนิดควบคู่กันระหว่างการต่อสู้เสมอ

4.2.2.4 การผลิตชุดวาทกรรมเพื่อตอบโต้

บนพื้นที่ของชีวิตประจำวัน ฝ่ายผู้มีอำนาจมากมักทำให้ผู้มีอำนาจน้อยคิดว่าสิ่งที่เกิดขึ้นและตนเองต้องประสบพบเจอทุกวันนั้นเป็นเรื่อง “ปกติธรรมดา” ที่ต้องเผชิญหน้าและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เป็นความปกติที่น่าเบื่อหน่ายและต้องทำตัวให้ชิน (de Certeau, 1987) แต่หากเหล่าคนธรรมดาจะลุกขึ้นเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ถูกทำให้เป็น “ธรรมดา” เหล่านี้ได้ วาทกรรมเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้เป็นสารตั้งต้นที่ส่งผ่านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อผลักดันการต่อสู้ของกลุ่มตน

ดังเช่นที่ Jacques Derrida แสดงทัศนะไว้ว่ารูปสัญญะ (signifier) และความหมายสัญญะ (signified) นั้นมีความสัมพันธ์ที่ปรับเปลี่ยนเคลื่อนย้ายได้เสมอ เขาจึงให้ความสนใจกับ “การละเล่นของตัวหมาย” (the play of signifier) แต่ Michel Foucault กลับก้าวไปอีกขั้นด้วยการอธิบายว่าแม้ “การละเล่นของตัวหมาย” จะเป็นผลผลิตของปัจเจกชน ของสังคม แต่สุดท้ายผลผลิตนั้นก็จะย้อนกลับมาควบคุมของมนุษย์เสียเอง (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553) เสมือนวาทกรรมครอบงำ (อันกล่าวไปข้างต้น) ที่กลุ่มโครงสร้างผลิตขึ้นจากสังคมแล้วนำย้อนกลับมาควบคุมคนธรรมดาไม่ให้สามารถลุกขึ้นมาต่อต้าน แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อคนธรรมดาต้องการลุกขึ้นสู้กลับโครงสร้าง การผลิตวาทกรรมต่อต้านจึงเป็นอุบายสำคัญที่ช่วยผลักดันการต่อสู้ให้ประสบความสำเร็จ

สำหรับกรณีของกลุ่มป้าทุบรถ และผู้สนับสนุนนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ามีวาทกรรมที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

(1) วาทกรรมว่าด้วยสิทธิอันชอบธรรมของเจ้าของ

กลุ่มป้าทุบรถ นิยามตนเองว่าเป็น “ผู้อยู่อาศัยอันชอบธรรม” และนิยามผู้จอดรถกีดขวางหน้าบ้านว่าเป็น “ผู้บุกรุก” ทุกครั้งที่ให้สัมภาษณ์กับสื่อมวลชนและเน้นว่าการทุบรถนั้นไม่ใช่เรื่องเกินกว่าเหตุเพราะถือเป็นการปกป้องสิทธิของตนเองอย่างชอบธรรม

“เราอยู่ในพื้นที่จัดสรรเพื่ออยู่อาศัย ผู้ที่มากีดขวางเราคือ ผู้บุกรุก จะให้ทำอย่างไร ทุกคนยืนดูเรากดแตรตั้งนาน เราไม่ได้ทำเกินกว่าเหตุ เราต้องปกป้องสิทธิของตัวเอง ถ้าเป็นบ้านคุณ คุณจะทำอย่างนี้เหรอ คนที่ยืนดูพวกตลาดก็ไม่มีใครสนใจเลย ก่อนที่จะทำ ทำทุกอย่าง

แล้ว มันเป็นเรื่องสุดวิสัยที่เราต้องทำลงไป” รัตนฉัตร แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าว วันที่ 19 ก.พ. 2561 (“'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

กระบวนการสร้างวาทกรรม “ผู้มีสิทธิอันชอบธรรม” ให้เกิดแก่การต่อสู้นั้นเกิดจากการรวมวาทกรรมที่ปรากฏอยู่ในสังคมอยู่แล้วอย่างน้อย 3 ชุดเข้าด้วยกัน โดยเริ่มจากการหยิบยืมวาทกรรมกฎหมายของฝ่ายโครงสร้างซึ่งปรากฏอยู่ในสังคมไทยเพื่อผลประโยชน์ในการปกครองสังคมมาเป็นเครื่องมือ อันดับแรกคือวาทกรรมเรื่อง “สิทธิ” ซึ่งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ระบุว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยกฎหมายที่จะทำให้มนุษย์สามารถมีสิทธิในการครอบครองทรัพย์สินหรือคือบ้านพักของกลุ่มป้าทุบรถ อันดับที่สองคือวาทกรรมเรื่อง “ผู้บุกรุก” ซึ่งประมวลกฎหมายอาญามาตรา 364 ระบุว่าห้ามมิให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดรุกล้ำเคหสถานของผู้อื่น และอันดับสามคือ “เรื่องสุดวิสัย” หมายถึงเหตุที่เกิดขึ้นฉับพลันและกฎหมายอนุญาตให้บุคคลจัดการระมัดระวังต่อเหตุการณ์นั้นตามสมควรต่อฐานะและภาวะ เมื่อกลุ่มป้าทุบรถ นำวาทกรรมทั้งสามชุดมารวมกันเกิดผลผลิตเป็นวาทกรรมต่อต้านชุดใหม่คือวาทกรรมว่าด้วย “ผู้มีสิทธิอันชอบธรรมในการจัดการผู้บุกรุกภายใต้เหตุสุดวิสัย” ซึ่งอ้างอิงวาทกรรมกฎหมายช่วยสร้างความชอบธรรมในการต่อสู้

Ref. code: 25615807300040CHL

ตารางที่ 4.2

กระบวนการสร้างวาทกรรม “ผู้มีสิทธิอันชอบธรรม”

ชุดที่	คำศัพท์	ความหมาย	แหล่งที่มาวาทกรรม
1	สิทธิ	สิ่งที่ไม่มีรูปร่างซึ่งมีอยู่ในตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิดหรือเกิดขึ้นโดยกฎหมาย เพื่อให้มนุษย์ได้รับประโยชน์ และมนุษย์จะเป็นผู้เลือกใช้สิ่งนั้นเอง โดยไม่มีผู้ใดบังคับได้ เช่น สิทธิในการกิน การนอน แต่สิทธิบางอย่างมนุษย์ได้รับโดยกฎหมายกำหนดให้มี เช่น สิทธิในการมี การใช้ทรัพย์สิน สิทธิในการร้องทุกข์เมื่อตนถูกกระทำละเมิดกฎหมาย เป็นต้น	วาทกรรมกฎหมาย (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550)
2	ผู้บุกรุก	ผู้ใดโดยไม่มีเหตุอันสมควรเข้าไป หรือซ่อนตัวอยู่ในเคหสถาน อาคารเก็บรักษาทรัพย์หรือสำนักงานในความครอบครอง ของผู้อื่น หรือไม่ยอมออกไปจากสถานที่เช่นว่านั้น เมื่อผู้มีสิทธิที่จะ ห้ามมิให้เข้าไปได้ไล่ให้ออก	วาทกรรมกฎหมาย (ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 364)
3	เรื่องสุดวิสัย	เหตุใดๆ อันจะเกิดขึ้นก็ดีจะต้องประสบเหตุนั้น จะได้จัดการระมัดระวังตามสมควรอันพึงคาดหมายได้จากบุคคลในฐานะและภาวะเช่นนั้น เหตุสุดวิสัย เช่น เหตุที่เกิดจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วมทำให้ถนนขาด หรือ สะพาน ขาด ไม่อาจใช้สัญจรผ่านไปมาได้ หรือเกิดเหตุจากกระทำของบุคคลอื่นโดยกะทันหัน หรือมีเหตุการณ์อื่นๆ ที่เกิดขึ้นโดยฉับพลัน	วาทกรรมกฎหมาย (ประมวลกฎหมายแพ่งพาณิชย์ มาตรา 8)
ผลผลิตวาทกรรม	ผู้มีสิทธิอันชอบธรรม	"เมื่อเกิดเหตุสุดวิสัยคือการที่มีบุคคลอื่นมากระทำการจอดรถหน้าบ้านโดยกระทันหัน อย่างไม่คาดหมายมาก่อน ป้าทุบรถจึงมีสิทธิตามอำนาจกฎหมายที่จะจัดการกับผู้บุกรุกให้ออกไปจากทรัพย์สินในครอบครองของตนเอง"	อ้างอิงวาทกรรมจากกฎหมาย

ผลผลิตวาทกรรมต่อต้านชุด “ผู้มีสิทธิอันชอบธรรม” นี้ช่วยสร้างความชอบธรรมให้แก่กลุ่มเนื่องจากแสดงให้เห็นชัดเจนว่ากลุ่มป้าทุบรถ ทำตามข้อกำหนดของกฎหมายซึ่งเป็นข้อตกลงร่วมกันเพื่อให้เกิดความสันติสุขในการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม นอกจากนี้ ชุดวาทกรรมนี้ยังถูกจริตของกลุ่มผู้ใช้งานสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางซึ่งเป็นชนชั้นที่มีความคิดเชิงเหตุผลสูงและยังเป็นชนชั้นที่ยึดมั่นกฎหมายในฐานะสถาบันกลางที่ทำหน้าที่นำทางสถาบันต่างๆ และ

สร้างความรู้สึกเป็น “พลเมือง” ให้เกิดแก่ชนชั้นกลางซึ่งมีสายสัมพันธ์อันเปราะบางระหว่างกัน (Shils, 1995)

(2) วาทกรรมว่าด้วยประชาชนผู้ถูกรังแกที่อดทน

เราอาจไม่สามารถระบุระยะเวลาการต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ อย่างชัดเจนลงไปได้ หากแต่กลุ่มป้าทุบรถ จะกล่าวอ้างเสมอว่าตนเองต้องอดทนอดกลั้นต่อการรังแกสารพัดมายาวนานกว่า “10 ปี”

“วันนี้เรารู้สึกว่าไม่โดดเดี่ยว เราไม่ได้ใช้อิทธิพลอะไรเลย เราต่อสู้กับอำนาจมืดโดยตรงไปตรงมาตลอด เราแค่รักษาสิทธิที่เราเดือดร้อนมา 10 ปี ป้าใช้ความอดทน ใช้ธรรมะ และต่อสู้ตามกฎหมายมาตลอด” พยน แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 (“'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

กระบวนการสร้างวาทกรรม “ประชาชนผู้ถูกกลั่นแกล้งที่อดทน” นั้นเกิดจากการรวมวาทกรรมด้านศาสนาพุทธอย่างน้อย 2 วาทกรรมเข้าด้วยกัน อันดับแรก วาทกรรม “ผู้ถูกกลั่นแกล้ง” ซึ่งอ้างอิงมาจากการกระทำของพระพุทธเจ้าตามที่ปรากฏในพระพุทธประวัติ (สุรีย์ มีผลกิจ และวิเชียร มีผลกิจ, 2559) ว่าพระพุทธเจ้าต้องต่อสู้กับพญามารที่มารบกวนการตรัสรู้ของพระองค์เป็นเวลานาน อันดับสอง วาทกรรม “ผู้มีขันติอดทน” นั้นมีที่มาจากคำสอนของพระพุทธเจ้าที่ระบุให้สาวกไม่หวั่นไหวไปตามสภาพหรือสิ่งไม่พึงปรารถนาต่างๆ เหมือนครั้งที่พระพุทธเจ้าต้องอดทนเวียนว่ายตายเกิดนับครั้งไม่ถ้วนกว่าจะบรรลุธรรมเป็นพระพุทธเจ้าในชาตินี้ อย่างไรก็ตาม แม้ความอดทนจะเป็นสิ่งที่ดีแต่พระพุทธเจ้าก็ยังสอนให้ใช้ปัญญากำกับการกระทำมากกว่าความอดทน

ผลผลิตของวาทกรรม 2 ชุดนี้กลายเป็นวาทกรรมต่อต้านว่าด้วย “ผู้ถูกกลั่นแกล้งที่อดทนมานานกว่า 10 ปี” ซึ่งเหมือนกับพระพุทธเจ้าที่ต้องอดทนต่อการกลั่นแกล้งของพญามารและต้องอดทนต่อการเวียนว่ายตายเกิดหลายภพหลายชาติ แต่การอดทนก็ยังไม่เยี่ยมยอดเท่ากับการใช้ปัญหาเข้ามาแก้ปัญหา เหมือนเช่นกรณีของ ป้าทุบรถ ซึ่งแม้จะอดทนอดกลั้นมานานแต่เมื่อถึงขีดจำกัดก็ต้องใช้ “ปัญญา” เข้ามากำกับการกระทำเพื่อผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

Ref. code: 25615807300040CHL

ตารางที่ 4.3

กระบวนการสร้างวาทกรรมต่อต้าน “ประชาชนผู้ถูกกลั่นแกล้งที่อดทนมานานกว่า 10 ปี”

ชุดที่	คำศัพท์	ความหมาย	แหล่งที่มาวาทกรรม
1	ผู้ถูกกลั่นแกล้ง	แม้ถูกกลั่นแกล้ง ศาสนาพุทธสอนให้เราวางเฉยและไม่ตอบโต้การกระทำนั้นเพราะจะเป็นการสร้างบาปติดตัวแก่ผู้กระทำต่อไปดังเช่นครั้งที่พระพุทธเจ้าตั้งจิตเพื่อบรรลุธรรมแล้วมีพญามารมากลั่นแกล้งให้หลุดจากการบำเพ็ญเพียร	วาทกรรมศาสนาพุทธ (พระพุทธประวัติ)
2	ผู้มีขันติ	การรักษาปกติภาวะของตนไว้ได้ ไม่ว่าจะถูกกระทบกระทั่งด้วยสิ่งอันเป็นที่พึงปรารถนา หรือไม่พึงปรารถนาก็ตาม มีความมั่นคงหนักแน่นเหมือนแผ่นดิน ซึ่งไม่หวั่นไหว อย่างไรก็ตาม พระสัมมาสัมพุทธเจ้าตรัสว่า “ยกเว้นปัญญาแล้ว เราสรรเสริญว่าขันติเป็นคุณธรรมอย่างยิ่ง”	วาทกรรมศาสนาพุทธ (พระพุทธประวัติ)
ผลผลิตวาทกรรม	ผู้ถูกกลั่นแกล้งที่อดทนนานกว่า 10 ปี	"แม้จะถูกกลั่นแกล้งมานานกว่า 10 ปีแต่กลุ่มป้าทุบรถก็ยังอดทนอดกลั้นไม่ยอมกระทำการรุนแรงตอบโต้กลับไป"	อ้างอิงวาทกรรมจากศาสนาพุทธ

ผลผลิตวาทกรรมต่อต้านชุด “ประชาชนผู้ถูกกลั่นแกล้งที่อดทนนานกว่า 10 ปี” นี้ช่วยสร้างความชอบธรรมให้แก่กลุ่มเนื่องจากแสดงให้เห็นชัดเจนว่ากลุ่มป้าทุบรถ ดำเนินการตามหลักศาสนาพุทธซึ่งเป็นอีกหนึ่งสถาบันที่คอยชี้นำสังคมและกำหนดบรรทัดฐานไม่ให้สังคมแย่ลงกว่าเป็นอยู่ การอ้างอิงวาทกรรมจากศาสนาพุทธนี้เข้ากับชนชั้นกลางของไทยที่ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธและไม่มีหลักยึดในชีวิตเนื่องจากมีสายสัมพันธ์ที่เปราะบางระหว่างกันและต้องหาที่ยึดเหนี่ยวทางใจ (Shils, 1995)

(3) วาทกรรมว่าด้วยปัญหาสาธารณะ

ทั้งๆ ที่การต่อสู้ครั้งนี้เป็นปัญหาของผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านเสรีวิลล่าและตลาด แต่กลุ่มป้าทุบรถ ผลักดันให้เรื่องนี้กลายเป็นประเด็นสาธารณะผ่านอุบายหลายแบบ เช่น หนึ่ง การใช้คำพูดแทนตนเองว่าเป็น “ประชาชน” ซึ่งให้ความรู้สึกว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องสาธารณะ สอง การใช้คำทางการค่อนไปทางภาษากฎหมาย สาม การถามกลับผู้สื่อข่าวเพื่อให้เกิดความเห็นอกเห็นใจกัน ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างตามประโยคต่อไปนี้

“อยากขอให้สื่อเรื่องนี้ไปให้ถึง คสช. ว่าประชาชนได้ฟ้องร้องไปแล้วก็ยังไม่มีใครฟัง” บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 (“'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

"...ขอความกรุณาอย่ามาสนับสนุนคนที่เข้ามาทำผิดกฎหมายเหล่านี้" บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 ("'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

"เราอยู่ในพื้นที่จัดสรรเพื่ออยู่อาศัย ผู้ที่มากีดขวางเราคือ ผู้บุกรุก จะให้ทำอย่างไร ทุกคนยืนดูเรากดแตรตั้งนาน เราไม่ได้ทำเกินกว่าเหตุ เราต้องปกป้องสิทธิของตัวเอง ถ้าเป็นบ้านคุณ คุณจะทำอย่างนี้เหรอ คนที่ยืนดูพวกตลาดก็ไม่มีใครสนใจเลย ก่อนที่จะทำ ทำทุกอย่างแล้ว มันเป็นเรื่องสุดวิสัยที่เราต้องทำลงไป" รัตนฉัตร แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 ("'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น," 2561)

กระบวนการสร้างวาทกรรม "ประชาชนผู้ปกป้องบ้านของตนเอง" นั้นเกิดจากการรวมตัวของวาทกรรมกฎหมายและครอบครัวเข้าด้วยกัน อันดับแรก วาทกรรมว่าด้วย "ประชาชน" อ้างอิงมาจากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2550 ที่กำหนดให้ประชาชนมีสิทธิและหน้าที่ตามกรอบที่กฎหมายกำหนด โดยประชาชนในที่นี้หมายถึงคนทุกคนที่เป็นทั้งคนท้องถิ่น (native) หรือคนผลัดถิ่น (diaspora) ความเป็นประชาชนเช่นนี้จึงข้ามผ่านตัวแปรอื่นๆ เช่น เพศ จิตสำนึก อุดมการณ์ และชนชั้น และครอบคลุมถึงคนทุกคนที่ถือสัญชาติไทย อันดับสอง วาทกรรมว่าด้วย "บ้านของเรา" ซึ่งพูดถึงบ้านอันเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ บ้านเป็นสถานที่ที่เรามีความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย และเป็นศูนย์รวมของสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่จะใช้ชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุขและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน หากมีใครเข้ามาบุกรุกพื้นที่บ้านซึ่งเป็นหน่วยแรกสุดของชีวิต ผู้ตกเป็นเหยื่อจะเกิดความทุกข์ทนอย่างมาก

ผลผลิตของวาทกรรม 2 ชุดนี้กลายเป็นวาทกรรมต่อต้านว่าด้วย "ประชาชนผู้ปกป้องบ้านของตัวเอง" ซึ่งให้ความหมายว่าการต่อสู้นี้ไม่ใช่การต่อสู้ส่วนบุคคลแต่เป็นการต่อสู้ของประชาชนที่กระทำต่อหน่วยงานรัฐ และเรียกร้องให้ประชาชนคนอื่นๆ ลุกขึ้นร่วมมือแก้ปัญหาเพื่อปกป้องบ้านของตนเองไว้ ไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำรอยอีก

Ref. code: 25615807300040CHL

ตารางที่ 4.4

กระบวนการสร้างวาทกรรมต่อต้าน “ประชาชนผู้ปกป้องบ้านของตัวเอง”

ชุดที่	คำศัพท์	ความหมาย	แหล่งที่มาวาทกรรม
1	ประชาชน	บุคคลที่เป็นคนท้องถิ่น (native) หรือคนที่แปลงสัญชาติ (naturalized) ซึ่งมีสิทธิ (rights) และหน้าที่ (duties) ซึ่งต้องคู่กับวิถีรัฐธรรมนูญ (constitutionalism)	วาทกรรมกฎหมาย (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550)
2	บ้านของเรา	บ้านเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ให้ความรัก ความอบอุ่น ความปลอดภัย เป็นศูนย์รวมของสมาชิกทุกคนในครอบครัวที่จะใช้ชีวิตร่วมกันอย่างมีความสุขและมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน	วาทกรรมครอบครัว (นิตยสารบ้านและสวน)
ผลผลิตวาทกรรม	ประชาชนผู้ปกป้องบ้านของตนเอง	"ประชาชนไทยทุกคนต้องร่วมมือกันมาขับเคลื่อนประเด็นสาธารณะนี้เพราะหากไม่ร่วมกันเปลี่ยนแปลงในวันนี้ อนาคตบ้านของคุณก็อาจเจอปัญหาเช่นนี้กับตัวได้"	อ้างอิงวาทกรรมกฎหมายและครอบครัว

วาทกรรมต่อต้าน “ประชาชนผู้ปกป้องบ้านของตนเอง” นั้นถูกผลิตขึ้นเพื่อเปลี่ยนเรื่องส่วนบุคคลให้กลายเป็นเรื่องสาธารณะ เพราะไม่ว่าอย่างไร ปัญหาที่เกิดขึ้นกับหมู่บ้านเสรีวิลล่านั้นก็เป็นปัญหาระดับจุลภาคที่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อคนทั้งสังคม แต่วาทกรรมต่อต้านชุดนี้ช่วยให้คนทั้งสังคมเปลี่ยนมุมมองว่านี่ไม่ใช่ปัญหาปัจเจกแต่เป็นปัญหาสาธารณะที่ตนต้องเข้าร่วมขับเคลื่อน น่าสังเกตว่าเมื่อหน้าที่ของวาทกรรมต่อต้านนี้คือการเปลี่ยนสถานะของประเด็นจาก “เรื่องส่วนตัว” กลายเป็น “เรื่องสาธารณะ” แล้ว กระบวนการสร้างวาทกรรมจึงต้องหยิบยืมเอาวาทกรรมจากสถาบันครอบครัวซึ่งเป็นสถาบัน “ส่วนตัว” ที่สุดของมนุษย์ มาผนวกเข้ากับวาทกรรมจากสถาบันกฎหมายซึ่งเป็นสถาบันที่ “สาธารณะ” ที่สุดของกลุ่มโครงสร้างเพราะมีผลครอบคลุมถึงคนทุกคนในผืนแผ่นดินไทย

(4) วาทกรรมว่าด้วยผู้ปกครองฉ้อฉล

ผู้ปกครองในความคิดของคนทั่วไปคือผู้บำบัดทุกข์บำรุงสุขให้แก่ประชาชนแต่กลุ่มป้าทุบรถ แก้ความเข้าใจนี้เสียใหม่ด้วยการแสดงให้เห็นว่าผู้ปกครองบางครั้งก็ฉ้อฉลและเป็นผู้ทำร้ายประชาชนเสียเอง

“แต่ปรากฏว่าผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครไปออกใบอนุญาตซ้อนอยู่บนพื้นที่ที่เป็นกรณีพิพาทซึ่งมีการฟ้องร้องต่อศาล สร้างความเดือดร้อนเสียหายมาก และไม่ได้ออกซ้อนเพียงที่สองที่เท่านั้นยังออกให้กับตลาดทั้งหมดในพื้นที่ทั้งหมดราว 7-8 ตลาดและก็มีการละเลยให้มี

การทำตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และไม่เคยคำนึงถึงความเดือดร้อนของประชาชนว่านี้เป็นพื้นที่เพื่ออยู่อาศัย...”

กระบวนการสร้างวาทกรรม “ผู้ว่าราชการรังแกประชาชน” นั้นเกิดจากการรวมวาทกรรม 2 วาทกรรมเข้าด้วยกันคือวาทกรรมของผู้ปกครองและวาทกรรมของผู้ถูกกดขี่ อันดับแรก วาทกรรมว่าด้วย “หน่วยงานราชการ” ซึ่งฝ่ายโครงสร้างจะสร้างความหมายให้แก่คำๆ นี้ว่าเป็นองค์กรที่ดูแลความเป็นอยู่ของประชาชนและมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน (นิพันธ์ ใหญ่อรุณ, 2561) อันดับสอง วาทกรรมว่าด้วย “ผู้สร้างความเดือดร้อน” คอลัมน์ ไฟเหลือง ในเดลินิวส์ออนไลน์ (2561) ให้คำนิยามผู้สร้างความเดือดร้อนที่เป็นหน่วยงานราชการว่าคือการกระทำของข้าราชการหน่วยต่างๆ ที่นำความเดือดร้อนมาสู่ประชาชนระดับธรรมดาที่ไม่มีอำนาจอิทธิพลใดๆ แทนที่จะบำบัดทุกข์ บำรุงสุขตามหน้าที่ที่ควรเป็น

ตารางที่ 4.5

กระบวนการสร้างวาทกรรม “ผู้ว่าราชการรังแกประชาชน”

ชุดที่	คำศัพท์	ความหมาย	แหล่งที่มาวาทกรรม
1	หน่วยงานราชการ	องค์กรหลักที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาประเทศและดูแลความเป็นอยู่ของประชาชน ภายใต้การกำหนดแนวทางการบริหารงานโดยรัฐบาลและมีเป้าหมายที่สำคัญที่สุดคือ คุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน	วาทกรรมผู้ปกครอง (กรมทางหลวง)
2	ผู้สร้างความเดือดร้อน	การกระทำของข้าราชการหน่วยต่างๆที่นำความเดือดร้อนมาสู่ประชาชนระดับธรรมดาที่ไม่มีอำนาจอิทธิพลใดๆ	วาทกรรมผู้ถูกกดขี่ (เดลินิวส์ออนไลน์)
ผลผลิตวาทกรรม	ผู้ว่าราชการรังแกประชาชน	"หน่วยงานของรัฐซึ่งปกติควรช่วยบำบัดทุกข์ บำรุงสุขให้แก่ประชาชนกลับไม่ทำหน้าที่ของตัวเอง มิหนำซ้ำกลายมาเป็นผู้สร้างความเดือดร้อนเสียเอง"	อ้างอิงวาทกรรมผู้ปกครองและผู้ถูกกดขี่

ผลผลิตของวาทกรรม 2 ชุดนี้กลายเป็นวาทกรรมต่อต้านว่าด้วย “ผู้ว่าราชการรังแกประชาชน” ทำให้กลุ่มป้าทุบรถ ประสบความสำเร็จในการนิยามความหมายของคำว่า “ผู้ว่าราชการ” เสียใหม่ จากความหมายที่ถูกกลุ่มโครงสร้างกำหนดให้เป็นผู้พิทักษ์ประชาชนกลายเป็นผู้สร้างความเดือดร้อนซ้ำเติมประชาชน ซึ่งวาทกรรมนี้เข้ากับวาทกรรม “ผู้ร้ายในเครื่องแบบ” (ผู้สร้างความเดือดร้อนที่อาศัยตำแหน่งหน้าที่ราชการหากิน) ซึ่งแพร่หลายเป็นที่รู้จักอยู่ในโลกออนไลน์และเป็นวาทกรรมที่ชนชั้นกลางไทยซึ่งต้องปะทะสังสรรค์กับหน่วยงานราชการเสมอพบเจออยู่เป็นประจำ

ทั้งนี้ การผลิตวาทกรรมถือเป็นอุบายที่กลุ่มคนธรรมดาใช้เพื่อตอบโต้กับยุทธศาสตร์หลักของฝ่ายโครงสร้างเป็นสำคัญเนื่องจากเป็นการต่อสู้กับความคิดกระแสหลักของสังคม หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นการเปลี่ยนความคิดของคนธรรมดาทั่วไปที่มองว่าชีวิตประจำวันเป็นปกติ (everyday life) ให้กลายเป็นความ “ไม่ปกติ” ที่ทุกคนต้องหันมาใส่ใจ

4.2.2.5 การสร้างประสบการณ์ร่วม (Shared Experience)

หลังจากเหตุการณ์ทุบรถ เมื่อกลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ได้ออกมารวมตัวกันในโลกเสมือน การสร้างประสบการณ์ร่วมให้กลุ่มคนธรรมดาที่มาจากหลากหลายแหล่งรู้สึกเข้าถึงปัญหา (ซึ่งแท้จริงแล้วก็เป็นปัญหาส่วนตัวของกลุ่มผู้อยู่อาศัยในหมู่บ้านเสรีวิลล่า) ก่อนกลายมาเป็นผู้สนับสนุนอย่างเต็มตัว และสร้างชุมชนเสมือนย่อมๆ ผ่านการเชื่อมโยงด้วยเทคนิคอื่น เช่น การแฮชแท็ก #ทีมป้า นั้นเป็นเรื่องสำคัญ อุบายที่ป้าใช้สร้างประสบการณ์ร่วมระหว่างคนธรรมดากับปัญหาอาจแบ่งได้ดังต่อไปนี้

(1) การแบ่งขั้วตรงข้าม (binary opposition)

กลุ่มป้าทุบรถ สร้างภาพให้ฝ่ายของตนเป็นผู้ทำตามกฎหมาย เป็นนักสู้ที่ต่อสู้เพื่อทวงคืนความยุติธรรมให้แก่สังคม ขณะที่ฝ่ายผู้มีอำนาจมากกว่าหรือฝ่ายรัฐบาลจะถูกสร้างภาพให้กลายเป็นตัวร้าย รังแกประชาชน เป็นผู้ปกครองผู้ฉ้อฉลซึ่งตรงกับการสร้างภาพให้ฝ่าย ป้าทุบรถ เป็นฮีโร่ ขณะที่ฝ่ายรัฐบาลเป็นวายร้าย

“วันนี้เรารู้สึกว่าไม่โดดเดี่ยว เราไม่ได้ใช้อิทธิพลอะไรเลย เราต่อสู้กับอำนาจมืดโดยตรงไปตรงมาตลอด เราแค่รักษาสิทธิที่เราเดือดร้อนมา 10 ปี ป้าใช้ความอดทน ใช้ธรรมะ และต่อสู้ตามกฎหมายมาตลอด” พยน แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 (“'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

“...มาตามนัดศาลโดยคาดหวังเรื่องขอความเป็นธรรม คืนพื้นที่เพื่ออยู่อาศัย ยังกังวล เพราะตลาดยังคงสภาพตลาดแต่เราต้องการให้คืนพื้นที่สำหรับการอยู่อาศัยของหมู่บ้านเสรีวิลล่าอย่างถาวร...” บุญศรี แสงหยกตระการ (“ป้าทุบรถยังหวังความยุติธรรม,” 2561)

“...ผู้อำนวยการเขตประเวศละเลย ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบ ใช้อำนาจหน้าที่โดยมิชอบด้วยกฎหมาย ไปออกใบอนุญาตได้อย่างไรในพื้นที่จัดสรรเพื่อที่อยู่อาศัยบ้านเดี่ยว ไม่ใช่ป้าเดือดร้อนเพียงครอบครัวเดียว ประชาชนเข้า-ออกบ้านไม่ได้ ขาหักออกจากบ้านไม่ได้ ไม่สบายก็ออกจากบ้านไม่ได้...” บุญศรี แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าววันที่ 19 ก.พ. 2561 (“'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

เทคนิคการแบ่งขั้วตรงข้ามนี้ทำหน้าที่สนับสนุนอุบายการเล่าเรื่อง (storytelling) ด้วยการสร้างภาพตัวละครให้ฝ่าย ป้าทุบรถ เป็นคนดีและฝ่ายหน่วยงานรัฐบาลเป็น

ผู้ร้ายซึ่งทั้งหมดทำให้เรื่องราวกลายเป็นเหมือนละคร (dramatise) และช่วยให้บุคคลธรรมดาคนอื่นๆ เข้าถึงและติดตามเรื่องราวเหล่านี้ได้ง่าย

(2) การใช้อารมณ์ขันพร้อมให้ข้อมูล (infotainment)

การดึงดูดผู้คนมาอยู่ร่วมเป็นชุมชนเสมือนและช่วยผลักดันการต่อสู้ไป โดยมีแต่เรื่องประเด็นวาระหนักๆ ทำให้การต่อสู้เกิดความตึงเครียดมากเกินไปและกลุ่มผู้สนับสนุนอาจเลิกสนใจเรื่องราว ดังนั้น ป้าทุบรถ จึงไม่เพียงเลือกปรากฏตัวในรายการประเภทข่าวหนัก (hard news) เท่านั้นหากแต่ยังเลือกปรากฏตัวในรายการประเภทเบาสมอง (soft news) ซึ่งไม่เน้นผลักดันการต่อสู้ด้วยข้อมูลตรงๆ แต่เป็นการคลายเครียดให้แก่ผู้ร่วมสนับสนุน สร้างสีสัน และทำให้เรื่องราวยังอยู่ในกระแสต่อไปได้

ตัวอย่างเช่น ในรายการเม้นต์เม้าท์สายเผือก ดีเจมะตูมกำลังวิจารณ์ ป้าทุบรถ อย่างสนุกปาก แต่จู่ๆ พิธีกรอีกคนหนึ่งคือบุ๋ม ปนัดดา ก็หันกล้องวิดิโอคอลให้เห็นว่าบุญศรีและรัตนฉัตร แสงหยกตระการ กำลังนั่งฟังอยู่ด้วยทำให้ออกอาการตกใจ สร้างความสนุกสนานให้แก่ผู้ชม

ภาพที่ 4.74 พาดหัวข่าวที่สนุกสนาน
(*มะตูมทำหน้าไม่ถูก*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561

หรือ อาจใช้ภาพประกอบบนข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อสารมวลชนที่สื่อถึงความเป็นมิตรและความเป็นกันเองสนุกสนาน ตัวอย่างเช่น ภาพข่าว “ชูสองนิ้ว” ของสำนักข่าวออนไลน์ The Standard

ภาพที่ 4.75 ภาพ “ชูสองนิ้ว” ของคุณป้า
(*คุณถาม ป้าตอบ*, The Standard, 2561)

การใช้อารมณ์ขันพร้อมกับให้ข้อมูล (infotainment) เป็นรูปแบบการนำเสนอข่าวแบบหนึ่งซึ่งเริ่มต้นโดยสื่อมวลชนสหรัฐฯ ซึ่งนำเสนอข่าวที่เร้าอารมณ์ เพื่อดึงดูดผู้ชม เช่น การรายงานไล่ล่าผู้ต้องสงสัยที่วางระเบิดในเหตุการณ์ บอสตัน มาราธอน เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2561 การทำข่าวแบบ infotainment นั้นเกิดขึ้นเพื่อเน้นการเข้าถึงง่ายให้แก่พี่น้องประชาชนคนดู โดยการเอาข้อมูลข่าวสาร (Info) มาบวกเข้ากับความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งเน้นการเลือกประเด็นข่าวใกล้ตัว ข่าวชาวบ้าน ข่าวบันเทิง ข่าวที่สอดรับกับความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ ที่เร้าใจและง่ายต่อการเข้าถึงของคนดู หรือปรับเปลี่ยนจากการนำเสนอข่าวซีเรียส คิดเยอะ ย่อยยาก มาเป็นข่าวที่ไม่ต้องคิด หรือคิดให้แทนแล้วจากผู้เล่าข่าว เพื่อให้ย่อยง่ายป้อนทีเดียว เอาอยู่ หรือที่เราพูดกันติดปากว่า “soft news” นั่นเอง (พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล, 2556) การนำเสนอสาระพร้อมอารมณ์ขันนั้นจึงถูกจริตของคนไทยและทำให้ประเด็นถูกขับเคลื่อนได้ง่าย

อีกเหตุผลหนึ่งที่อารมณ์ขันเข้ามามีพลังมากในการสร้างแรงต่อต้านให้เกิดขึ้นในสังคมเพราะอารมณ์ขันเป็นเครื่องมือที่คนธรรมดาสามารถต่อต้านการกดทับของโครงสร้างได้เข้มข้นที่สุด เนื่องจากเสียงหัวเราะเป็นเครื่องมือเสียดสีสังคม บอกเล่าความขมปร่าของความไม่เป็นธรรม และความยากลำบากที่ผู้คนต้องเผชิญอยู่ทุกวัน (บุศรินทร์ แปแนะ, 2561)

ขณะที่ จันจิรา สมบัติพูนศิริ (2560) กล่าวถึงหน้าที่ของอารมณ์ขันที่สัมพันธ์กับการต่อต้านว่า อันดับแรก ช่วยจัดการกับความกลัวที่จะถูกปราบปรามจากโครงสร้าง เนื่องจากการล้อเลียนจะทำให้ภาพลักษณ์ของผู้ปกครองดูเบาบางลง ไม่น่ากลัว อันดับสอง อารมณ์ขันช่วยทำให้ข้อความต่อต้านดูมีเสน่ห์ ดูดึงดูดคน แทนที่การต่อต้านจะต้องเป็นเรื่องซีเรียส เป็นเรื่องการเมืองอย่างเดียว มันกลับกลายเป็นเรื่องบันเทิงและพัดพาให้ผู้คนยิ่งเข้าร่วมมากขึ้น รูปแบบของการต่อต้านที่ช่วยดึงดูดคนมากที่สุดคือรูปแบบของงานเลี้ยงสังสรรค์รื่นเริง ซึ่งเป็นอารมณ์ขันในแบบงานเทศกาล (Carnival) เพราะทุกอย่างกลับหัวกลับหาง (Turning upside down) ผู้มีอำนาจก็ถูกหัวเราะเยาะ ทำให้ด้อยอำนาจ ขณะที่ผู้มีอำนาจน้อยกลับถูกเชิดชู กลายเป็นวีรบุรุษแทน อันดับสาม อารมณ์ขันยังเป็นเครื่องมือชั้นดีที่ส่งผ่านข้อความไปยังสาธารณะ ทำให้คนรู้สึกว่ารัฐบาลไม่ชอบธรรม และเป็นเครื่องมือหลักในการท้าทายความชอบธรรมของรัฐบาล ตัวอย่างการล้อเลียนเพื่อต่อต้าน (บุศรินทร์ แปแนะ, 2561)

(3) การสมมติแทนตัว

ทุกครั้งที่พูดถึงปัญหาที่เกิดขึ้น กลุ่มป้าทุบรถ จะย้อนถามคำถามเพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังคิดตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและรู้สึกมีส่วนร่วมเสมือนปัญหาเกิดขึ้นกับตัวเองด้วย นอกจากนั้นยังทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าปัญหานี้เป็นปัญหาปกติที่มีโอกาสเกิดขึ้นกับทุกคน หากไม่ร่วมรณรงค์แก้ไขปัญหาในวันนี้ให้เป็นกรณีตัวอย่าง วันหน้าปัญหานี้ก็อาจเกิดขึ้นกับผู้รับสารได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังใช้คำสรรพนามบุรุษที่ 1 เช่น “ป้า” หรือ “เรา” เพื่อแสดงมุมมองของการเล่าเรื่องผ่านตัวเอง

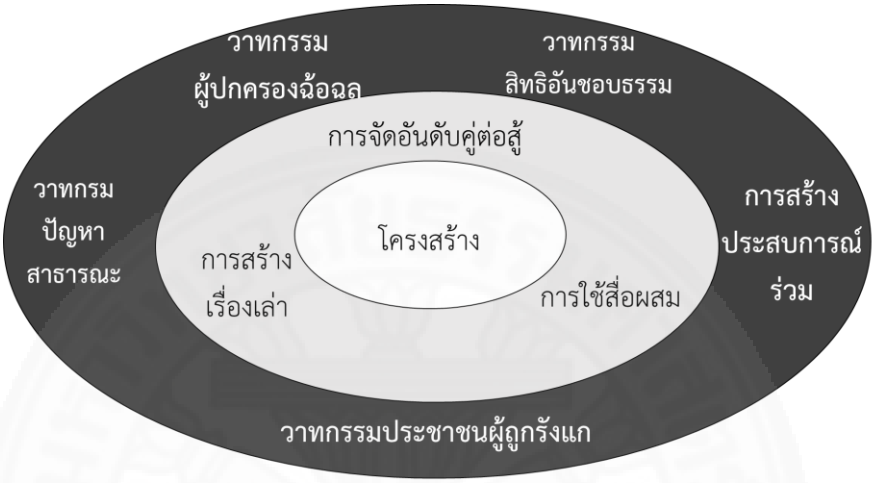
“เราอยู่ในพื้นที่จัดสรรเพื่ออยู่อาศัย ผู้ที่มากีดขวางเราคือ ผู้บุกรุก จะให้ทำอย่างไร ทุกคนยืนดูเรากดแตรตั้งนาน เราไม่ได้ทำเกินกว่าเหตุ เราต้องปกป้องสิทธิของตัวเอง ถ้าเป็นบ้านคุณ คุณจะทำอย่างนี้เหรอ คนที่ยืนดูพวกตลาดก็ไม่มีใครสนใจเลย ก่อนที่จะทำ ทำทุกอย่างแล้ว มันเป็นเรื่องสุดวิสัยที่เราต้องทำลงไป” รัตนฉัตร แสงหยกตระการ กล่าวระหว่างการแถลงข่าว วันที่ 19 ก.พ. 2561 (“'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น,” 2561)

อุบายการสมมุติแทนตัวนั้นเป็นเทคนิคที่นักเขียนนวนิยายใช้กันโดยใช้การเล่าเรื่องผ่านมุมมองของตัวละครหลัก เป็นการเล่าแบบให้ตัวละครหลักเป็นผู้เล่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งมีประโยชน์ในการสร้างเนื้อเรื่องให้สมจริง ดูน่าเชื่อถือ เนื่องจากตัวละครหลักเป็นผู้บรรยาย เมื่อผู้รับสารอ่านหรือฟังข้อความดังกล่าวก็จะรู้สึกประหนึ่งตัวเองอยู่ร่วมกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ยิ่งเมื่อมีการย้อนถามเพื่อฉุกคิดอีกก็ยิ่งทำให้ผู้รับสารสามารถแทนตัวเองลงไปยังคำว่า “เรา” หรือ “ป้า” และกลายเป็นผู้ถูกเอาเปรียบที่ต้องลุกขึ้นต่อสู้กับความอยุติธรรมได้

การสร้างประสบการณ์ร่วมถือเป็นอุบายอีกข้อหนึ่งที่โต้ตอบยุทธศาสตร์หลักของฝ่ายโครงสร้างเนื่องจากต่อสู้กับความคิดหลักของสังคมที่มองว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็น

"ปัญหาส่วนบุคคล" และเปลี่ยนให้ผู้คนมองเห็นว่าปัญหานี้เป็น "ปัญหาสาธารณะ" ที่ทุกคนมีสิทธิประสบเจอกันอย่างเสมอหน้า

โดยสรุป ผู้วิจัยรวบรวมความคิดเกี่ยวกับอุบายในการต่อสู้กับยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างตามแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.76 อุบายหลัก-อุบายรองของฝ่ายผู้ต่อต้าน

4.3 การเคลื่อนไหวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อขับเคลื่อนการต่อสู้สู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม

ตามที่ Michel de Certeau (1987) กล่าวไว้ว่าอุบายของกลุ่มคนธรรมดานั้นเกิดขึ้นเพื่อขัดแข้งขัดขา รบกวน หรือประวิงเวลาให้ฝ่ายโครงสร้างไม่สามารถใช้อำนาจควบคุมสังคมได้อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด และมีเป้าหมายเพื่อหล่อเลี้ยงจิตสำนึกแห่งการต่อต้านให้คงอยู่ในความคิดของเหล่าคนธรรมดาต่อไป แต่เมื่อการต่อสู้ต้องยกระดับขึ้นเพื่อใช้แก้ไขปัญหาส่วนบุคคลและของสังคมต่อไป การเคลื่อนไหวผ่านสื่อดิจิทัล (digital activism) ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่เข้ามาช่วยเติมเต็มให้การต่อสู้ขับเคลื่อนไปได้

Lievrouw (2011) กล่าวว่า การเคลื่อนไหวผ่านสื่อดิจิทัล (digital activism) นั้นเป็นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล์ หรือ เว็บบอร์ด เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวในหลากหลายรูปแบบซึ่งรวดเร็วและทรงประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนประเด็นของประชาชน อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยอยากชี้ให้เห็นว่าอุบาย (tactics) ที่จะถูกนำมาขับเคลื่อนผ่านสื่อดิจิทัลนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หากแต่ต้องต้องมีการบ่มเพาะประเด็นมาจากสังคม อย่างกรณีของป้าทุบรถ กลุ่มผู้เสียหายเป็นผู้สร้างวัตถุดิบซึ่งก็คืออุบายต่างๆ ตามที่วิเคราะห์มาข้างต้น ได้แก่ การจัด

อันดับการต่อสู้ การใช้เรื่องเล่า การใช้สื่อผสม การผลิตชุดวาทกรรมตอบโต้ และการสร้างประสบการณ์ร่วม เพื่อสร้างสรรค์การต่อต้านบนโลกดิจิทัลอันทรงประสิทธิภาพ

การหยิบยืมวัตถุดิบบนโลกออฟไลน์มาสร้างความหมายใหม่ (Detournement) นั้นเป็นลักษณะพิเศษของการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล มันคือการสร้างสรรค์สารแห่งการต่อต้านผ่านสิ่งที่ "หาได้" จากวัฒนธรรมรอบตัว ดัดแปลงให้เกิดความหมายใหม่ตามที่ตนต้องการ ตัวอย่างเช่นภาพข้างล่างนี้ เป็นการผสมผสานระหว่างภาพเหตุการณ์จริงในวันที่กลุ่มป้าทุบรถ กำลังทุบรถกระบะที่จอดขวางหน้าบ้าน กับวัฒนธรรมรอบตัวซึ่งคือเพลงแบบประชานิยม (pop music) ชื่อเพลง "คุ้กกี้เสี่ยงทาย" ของศิลปิน BNK48 โดยดัดแปลงมาจากประโยคหนึ่งในเพลงที่มีเนื้อเพลงร้องว่า "แอบมองเธออยู่นะจ๊ะ แต่เธอไม่รู้บ้างเลย" กลายเป็น "แอบสับรถเธออยู่นะจ๊ะ แต่เธอไม่รู้บ้างเลย"

ภาพที่ 4.77 จากเพจทีมป้าทุบรถ เผยแพร่วันที่ 20 ก.พ. 2561

สำหรับการวิเคราะห์ในส่วนนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล (digital activism) ผ่านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวของกลุ่มป้าทุบรถ ในประเด็นต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ส่งสาร
2. การวางแผน
3. การสื่อสาร

Ref. code: 25615807300040CHL

4.3.1 กลุ่มผู้ส่งสาร

กลุ่มคนผู้เข้าร่วมการต่อต้านบนโลกดิจิทัลมีลักษณะเป็นปัจเจกผู้กระทำการ (human agency) กล่าวคือเป็นผู้มองเห็นว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มป้าทุบรถ นั้นไม่ใช่ปัญหาส่วนบุคคลแต่เป็นความอยุติธรรมที่ฝ่ายโครงสร้างใช้อำนาจกดทับเหล่าคนธรรมดาและมีโอกาสเกิดขึ้นกับใครก็ได้ในสังคม นอกจากนั้นยังรู้จักศักยภาพของตนเองว่าเป็นผู้มีความรู้ในการสื่อสารดิจิทัล มีเวลาในการทุ่มเทให้แก่การต่อสู้ และมีความคิดสร้างสรรค์ในการดัดแปลงสารให้เข้ากับอุบาย สุดท้ายผู้ต่อต้านบนโลกดิจิทัลมีกล้าหาญที่จะลงมือต่อต้านและผลักดันให้ประเด็นขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ

4.3.1.1 คุณสมบัติของผู้เข้าร่วม

Lievrouw (2011) กล่าวว่าผู้เข้าร่วมการต่อสู้บนโลกดิจิทัลนั้นส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มชนชั้นกลางผู้มีความรู้ เข้าถึงข้อมูล อาจเป็นนักวิชาชีพหรือทำงานสร้างสรรค์ที่มีการศึกษาดี กลุ่มคนเหล่านี้มีความถึงพร้อมด้วยทุนด้านต่างๆ เช่น มีทรัพย์สิน มีหน้าที่การงานมั่นคง มีความรู้ดี จึงเป็นตัวแปรที่ปลดปล่อยให้พวกเขาไม่ต้องใช้สมองไปเพียงเพื่อการดิ้นรนเอาชีวิตรอดในชีวิตประจำวันแต่สามารถใช้ความคิดวิเคราะห์เรื่องราวต่างๆ ในสังคม มองเห็นยุทธศาสตร์ที่กดขี่คนธรรมดาอันถูกผลิตมาจากโครงสร้างและพยายามเป็นอิสระจากโครงสร้างของสถาบัน เท่านั้นไม่พอคนกลุ่มนี้ยังต้องการพาคนกลุ่มอื่นๆ ออกจากการกดทับของโครงสร้างด้วยการสร้างและแบ่งปันมุมมองของตนที่มีต่อโลก ต่อประสบการณ์ และต่ออัตลักษณ์ของโครงสร้าง วิธีการสร้างการต่อต้านอันเป็นเอกลักษณ์ของปัจเจกชนบนโลกดิจิทัลนั้นคือการใช้ความเชี่ยวชาญ จารีต และคุณค่าของตนเอง เพื่อสร้างและควบคุมข้อมูลประเภทสัญญะต่างๆ ให้ออกมาเป็นอุบาย (tactic) ที่ตนต้องการ

ตัวอย่างของปัจเจกชนผู้กระทำการที่ร่วมเข้าต่อต้านคือ “จ่าพิชิต” แห่งเพจ “Drama-addict” ซึ่งมีอาชีพเป็นแพทย์ มีทรัพย์สิน มีความรู้ และมีหน้าที่การงานมั่นคงในระดับดี จึงมีโอกาสเข้ามาวิพากษ์วิจารณ์ประเด็นสังคมต่างๆ ได้

ภาพที่ 4.78 เผยภาพใบหน้า “จ่าพิชิต” ซึ่งปกติมักไม่เปิดเผยตัว
(“จ่าพิชิต” ชี้เฟซบุ๊ก, PPTV, 2561)

ด้านวิธีการวิพากษ์วิจารณ์ ด้วยวิชาชีพแพทย์ซึ่งถูกฝึกสอนผ่านระบบการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับหลักฐานเชิงประจักษ์ ทำให้ “จ่าพิชิต” มีแนวโน้มจะให้ความสำคัญกับหลักฐานทางการที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสารมวลชน ภาพด้านล่างแสดงให้เห็นว่า “จ่าพิชิต” สร้างอุบายการต่อต้านด้วยการแชร์ข่าวจากสำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์ พร้อมนำข้อความในข่าวมาสรุปสั้นๆ ให้คนอ่านเข้าใจและใช้ภาษาสีสันเพื่อโน้มน้าวผู้อ่านให้เข้าร่วมการต่อต้าน แม้ภายหลังจะมีการชี้แจงจากกลุ่มป้าทุบรถ ว่าตนไม่ใช่ผู้สูญเสียบิดาไปจากเหตุจอดรถขวางหน้าบ้านแต่เป็นเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเดียวกันท่านอื่นต่างหาก

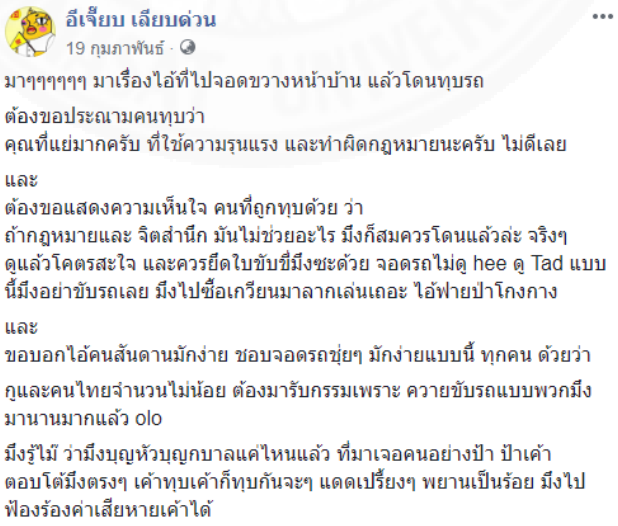
ภาพที่ 4.79 ตัวอย่างเพจ Drama-Addict เผยแพร่เมื่อวันที่ 19 ก.พ. 2561

นอกจากนั้น Lievrouw (2011) กล่าวว่าปัจเจกผู้กระทำการบนโลกดิจิทัลมักมีสถานะเป็นนักก่อกวน (interventionist) หรือผู้ที่พยายามรบกวนสภาพ การรับรู้ทั่วไป (common-sense) หรือเรื่องที่คนในสังคมไม่ตั้งคำถามให้กลายเป็นประเด็นน่าฉุกคิด เปลี่ยนพื้นที่ประจำวันอันปกติให้กลายเป็นความสับสนอลหม่าน (เหมือนอย่างที่กลุ่มป้าทุบรถ ต้องใช้การทุบรถเพื่อรบกวนสถานการณ์ปกติ) อย่างไรก็ตาม การต่อต้านบนโลกดิจิทัลนั้นไม่ยั่งยืน สามารถสลายตัวไป

ได้อย่างรวดเร็ว (perishable) และเป็นการรวมตัวเฉพาะกิจเพื่อตอบโต้ต่อกับสถานการณ์เฉพาะบางอย่าง ประกอบกับกลุ่มคนที่เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางในสังคมเมืองซึ่งมักพบเจอกับสถานการณ์มากมาย ความสนใจของพวกเขาจึงมีอายุสั้นและหันเหไปสนใจประเด็นอื่นได้อย่างรวดเร็ว หากประเด็นเก่าไม่มีความคืบหน้าที่มีสีสัน (Conley, 2012, pp. 68-85)

จุดเด่นของปัจเจกชนผู้กระทำการบนโลกดิจิทัลที่ทำให้คนธรรมดาสามารถเข้าร่วมการต่อต้านได้อย่างสะดวกใจนั้นเกิดจากความสามารถในการรับความเสี่ยงต่างๆ ได้มากเนื่องจากกลุ่มผู้กระทำการบนโลกออนไลน์นั้นสามารถเคลื่อนย้าย (mobilise) รวมตัวขึ้น (organise) สลายตัว (disorganise) หรือกลับมารวมตัวอีกครั้ง (reorganise) ได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนั้นตัวตน (identity) ของเหล่าคนธรรมดาที่ปรากฏบนโลกออนไลน์นั้นมีสภาพเสมือนคือมีส่วนผสมทั้งความจริงและความไม่จริง เช่น โปรไฟล์บน Facebook นั้นปัจเจกชนอาจใช้รูปบุคคลเป็นภาพโปรไฟล์แต่เราก็ไม่สามารถมั่นใจได้ว่าภาพนั้นเป็นภาพของเจ้าของแอคเคาท์นั้นจริงหรือไม่ หรือแอคเคาท์บนเว็บบอร์ด Pantip.com แม้แอคเคาท์ของผู้ใช้แต่ละคนจะต้องใช้บัตรประชาชนในการยืนยันตัวเองก่อนสมัคร แต่เมื่อเป็นการแสดงความเห็นจริง ผู้ใช้คนอื่นก็จะเห็นข้อมูลเพียงนามสมมุติและไม่ทราบข้อมูลอื่นๆ ของผู้ใช้คนนั้นเลย

ดังนั้น เมื่อเข้าสู่การต่อต้าน กลุ่มคนธรรมดาบนโลกดิจิทัลสามารถหลบเลี่ยงผลกระทบที่เกิดจากการกระทำไปได้ ฝ่ายโครงสร้างจับไม่ได้ไล่ไม่ทัน ไม่สามารถหาผู้รับผิดชอบมาลงโทษต่อการต่อต้านที่เกิดขึ้นได้ การต่อต้านที่เกิดขึ้นจึงเป็นไปได้อย่างรุนแรง ไม่ต้องเกรงใจใคร เช่น ข้อความจากเพจ “อีเจี๊ยบเรียบด่วน” ตามตัวอย่างด้านล่างซึ่งมีทั้งการใช้คำหยาบคายอย่างชัดเจน มีการใช้สัญลักษณ์หยาบคาย และการใช้คำพูดสีสันที่ไม่เหมาะสมมากมาย


อีเจี๊ยบ เลียบด่วน
19 กุมภาพันธ์ ·
มาๆๆๆๆๆๆ มาเรื่องไอ้ที่ไปจอดขวางหน้าบ้าน แล้วโดนทุบรถ
ต้องขอประณามคนทุบว่า
คุณที่แย่มากครับ ที่ใช้ความรุนแรง และทำผิดกฎหมายนะครับ ไม่ดีเลย
และ
ต้องขอแสดงความเห็นใจ คนที่ถูกทุบด้วย ว่า
ถ้ากฎหมายและ จิตสำนึก มันไม่ช่วยอะไร มึงก็สมควรโดนแล้วล่ะ จริงๆ
ดูแล้วโคตรสะใจ และควรยึดใบขับขี่มึงซะด้วย จอดรถไม่ดู hee ดู Tad แบบ
นี้มึงอย่าขับรถเลย มึงไปซื้อเกวียนมาลากเล่นเถอะ ไอ้ฟายป่าโกงกาง
และ
ขอบอกไอ้คนสันดานมักง่าย ชอบจอดรถชุ่ยๆ มักง่ายแบบนี้ ทุกคน ด้วยว่า
กูและคนไทยจำนวนไม่น้อย ต้องมารับกรรมเพราะ ควายขับรถแบบพวกมึง
มานานมากแล้ว olo
มึงรู้ไม๊ ว่ามึงบุญหัวบุญกบาลแค่ไหนแล้ว ที่มาเจอคนอย่างป้า ป้าเค้า
ตอบโต้มึงตรงๆ เค้าทุบเค้าก็ทุบกันจะๆ แดดเปรี้ยงๆ พยานเป็นร้อย มึงไป
ฟ้องร้องค่าเสียหายเค้าได้

ภาพที่ 4.80 จากเพจ อีเจี๊ยบ เลียบด่วน เผยแพร่เมื่อวันที่ 19 ก.พ. 2561

Ref. code: 25615807300040CHL

โดยสรุป ผู้วิจัยเห็นว่าคุณสมบัติของกลุ่มผู้ส่งสารนั้นคือ หนึ่ง เป็นชนชั้นกลาง เนื่องจากชนชั้นกลางเป็นกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงโลกดิจิทัลค่อนข้างดีจึงกลายเป็นฐานกำลังหลักที่เข้าร่วมในการต่อสู้ สอง มีความรู้ ซึ่งอาจหมายถึงความรู้ความชำนาญทางอาชีพ เช่น แพทย์ วิศวะ หรือทนายความ และความรู้พื้นฐานตามระบบการศึกษาซึ่งความรู้ทั้งสองแบบนั้นจะถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากมุมมองที่ต่างกัน สาม มีฐานะ กลุ่มชนชั้นกลางมีความมั่นคงทางอาชีพและรายได้จึงสามารถเข้าร่วมการต่อสู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สี่ มีความคิดเชิงตรรกะ กลุ่มชนชั้นกลางผู้เข้าร่วมมีโอกาสในการศึกษาดีจึงพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นตรรกะเพื่อนำเหตุผลเหล่านั้นมาถกเถียงจนเกิดความคิดร่วมกัน

4.3.1.2 กลุ่มผู้เข้าร่วม

ประเภทของกลุ่มผู้เข้าร่วมนั้นอาจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มคือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ กลุ่มผู้ติดตามและกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก โดยบุคคลทั้งสามกลุ่มนั้นทำหน้าที่ขับเคลื่อนการต่อสู้แตกต่างกันออกไปดังต่อไปนี้

(1) ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer)

กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์หมายถึงบุคคลที่มีอำนาจในการโน้มน้าวใจกลุ่มผู้รับสารด้วยความรู้ ตำแหน่งหน้าที่ หรือความสัมพันธ์

ทั้งนี้ กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (influencer) นั้นทำหน้าที่เป็นเสมือน “ค่าย” ซึ่งเริ่มนำเสนอหัวข้อที่ตนเองและสมาชิกกลุ่มสนใจ จากนั้นจึงรวบรวมและถกเถียงความคิดเห็นกับสมาชิกจนที่สุดอาจยกระดับไปสู่การเคลื่อนไหวอื่นๆ ต่อไป เช่น การทำกิจกรรมออฟไลน์ หรือสื่อมวลชนกระแสหลักหยิบยกเรื่องราวไปนำเสนอต่อ

(2) กลุ่มผู้ติดตาม (follower)

ผู้ติดตามคือกลุ่มคนผู้สนใจในประเด็นหนึ่งประเด็นใดที่ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์นำเสนอและตัดสินใจกด “ติดตาม” เพื่อเปิดรับข่าวสารและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร ทั้งนี้กลุ่มผู้รับสารมีความสนใจเฉพาะบางอย่างร่วมกัน และกระตือรือร้นในการตอบโต้กับผู้ส่งสาร (active audience)

กลุ่มผู้รับสารซึ่งไม่ได้เป็นผู้มีชื่อเสียงมีหน้าที่รับประเด็นจากสื่อสารมวลชนกระแสหลักและผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์แล้วจึงใช้หน้าเพจของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่ตนเองสังกัดเพื่อพูดคุย ถกเถียง และวิเคราะห์ จนนำไปสู่ข้อสรุปบางอย่าง

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (mainstream media)

ผู้สื่อข่าวที่ทำงานให้กับสื่อสารมวลชนกระแสหลักจะติดตามการเคลื่อนไหวของผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตและหยิบยกประเด็นที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอต่อในพื้นที่ข่าวของตนเอง นอกจากนี้อาจนำประเด็นเหล่านั้นไปต่อยอดหาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมต่อไปอีกด้วย

Ref. code: 25615807300040CHL

4.3.2 การวางแผน

ข้อได้เปรียบของการเคลื่อนไหวออนไลน์นั้นคือกลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อต้านสามารถปลดปล่อยตัวเองออกไปจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ (Space) และเวลา (Time) พวกเขาสามารถเข้าร่วมการต่อต้านกรณี ป้าทุบรถ ได้ไม่ว่าตัวตนที่แท้จริงจะอยู่ที่ใดบนโลก และด้วยสำนึกด้านพื้นที่ที่ค่อยๆ เสื่อมถอยลงจากการแพร่กระจายของเทคโนโลยีดิจิทัลและการทำงานของสื่อสารมวลชน ผู้คนจากทั่วโลกเริ่มสนใจประเด็นสังคมต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลจากพื้นที่ทางกายภาพของตนเอง (Meyrowitz, 1985) พวกเขาพร้อมเข้าร่วมต่อต้านในประเด็นสังคมทั้งๆ ที่ตนเองไม่ได้มีความใกล้ชิดทางพื้นที่กับปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น กรณีกลุ่มแฮกเกอร์นิรนาม (Anonymous) ประกาศโจมตี CAT Telecom หน่วยงานด้านโทรคมนาคมของรัฐบาลเนื่องจากเห็นชอบกับแผน Singel Gateway โดยใช้แคมเปญ #OpSingleGateway เพื่อระดมการสนับสนุนจากคนไทยและคนทั่วโลก (*กลุ่มต้านพรบ.คอม*, sanook.com, 2559) อย่างไรก็ตาม การเคลื่อนไหวเพื่อขับเคลื่อนสังคมแบบใหม่ (New Social Movement) บนโลกออฟไลน์เองก็มีข้อจำกัดเนื่องจากการรวมตัวนี้เกิดจากกลุ่มคนที่มีเป้าหมายและผลประโยชน์แตกต่างหลากหลาย จำต้องมีการวางกรอบและกำหนดเป้าหมายร่วมกันเพื่อให้การต่อสู้มีทิศทาง นำไปพาไปสู่ความสำเร็จโดยง่าย

ผู้วิจัยวิเคราะห์การวางแผนการเคลื่อนไหวบนโลกออนไลน์ออกเป็น 2 ประเด็น คือ การกำหนดเป้าหมาย และกิจกรรมที่ทำ

4.3.2.1 การกำหนดเป้าหมายการต่อสู้

กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์มักเป็นหลักในการกำหนดเป้าหมายการต่อสู้ให้แก่ผู้ติดตามของตนเอง สำหรับกรณีของ ป้าทุบรถ เนื่องจากกลุ่มป้าทุบรถ ที่เคลื่อนไหวผ่านสื่อสารมวลชนกระแสหลักและสื่อออฟไลน์ได้กำหนดเป้าหมายการต่อสู้ไว้อย่างชัดเจนคือ เรียกร้องให้ตลาดย้ายออกไป เมื่อการต่อสู้ยกระดับขึ้นมาสู่ออนไลน์ ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ส่วนใหญ่จึงกำหนดเป้าหมายการต่อสู้หลักไปที่การเรียกร้องให้ตลาดย้ายออกไปเช่นกัน ตามหัวข่าวต่อไปนี้

“'เจี๊ยบ'หนุนชาวเน็ตช่วยป้า ติงเซลฟี่หน้าบ้านไร้คุณภาพ!

“อีเจี๊ยบ เลียบด่วน” ชมชาวเน็ตใช้กระแสโซเชียลเป็นประโยชน์ ทำจนท.เร่งโดดเข้าแก้ปัญหาช่วย 2 ป้าทุบรถพ้นทุกข์ ติงคนถ่ายเซลฟี่หน้าบ้านป้า บ้าโซเชียลแต่ไร้คุณภาพ” เนื้อหาข่าวจากเดลินิวส์ (“‘เจี๊ยบ’ หนุนชาวเน็ต,” 2561)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากพื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางความคิดและไม่มีใครสามารถความคิดของใครได้อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาด จึงเกิดปรากฏการณ์ที่กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์หรือผู้ติดตามเริ่มขยายประเด็นการต่อสู้ไปสู่ประเด็นอื่นๆ เช่น เพจอีจันเสนอพาดพิงว่ามีผู้มีอิทธิพลอยู่เบื้องหลังการสร้างตลาด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการเปลี่ยนจุดประสงค์การเคลื่อนไหวไปที่การต่อสู้กับนายทุนและผู้มีอำนาจเบื้องหลังธุรกิจตลาด

Ref. code: 25615807300040CHL

"เพจอีจัน เผยคลิปเสียง อดีตเจ้าหน้าที่ เล่าเบื้องหลังตลาดรอบบ้านป้าทุบรถ แฉมีเจ้าหน้าที่รับผลประโยชน์ ซ้ำคนซื่อสัตย์กลับถูกกำจัด" เนื้อหาข่าวจาก Kapook.com ("อดีตเจ้าหน้าที่," 2561)

แต่เนื่องจากกลุ่มป้าทุบรถ เดินสายให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนกระแสหลักโดยพูดถึงจุดประสงค์ของการต่อสู้ตลอดเวลาทำให้กลุ่มป้าทุบรถ ประสบความสำเร็จในการกำหนดจุดประสงค์การต่อสู้ไปที่การ เรียกร้องให้ตลาดย้ายออกไป ซึ่งเมื่อหน่วยงานราชการมีคำสั่งให้ย้ายตลาดออกไป ความขัดแย้งก็เริ่มคลี่คลายและกลุ่มผู้ต่อต้านก็เริ่มสลายตัวกันไป

4.3.2.2 กิจกรรมที่ทำ

Lievrouw (2011) ระบุว่าการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลนั้นเกิดขึ้นทั้งหมดใน 3 รูปแบบดังต่อไปนี้

(1) เคลื่อนไหวผ่านเครือข่ายสังคมที่มีอยู่ (Movements as Social Networks)

แม้จะเป็นการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลแต่ก็ใช่ว่าปัจเจกชนผู้กระทำการจะสามารถเคลื่อนไหวไปโดยไม่มีสายสัมพันธ์ระหว่างกันเลย ก่อนที่เหตุการณ์ ป้าทุบรถ จะเกิดขึ้นเครือข่ายทางสังคมบนสื่อดิจิทัลปรากฏขึ้นอยู่แล้วแต่เป็นกลุ่มเล็กๆ ที่เน้นการสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างใกล้ชิดซึ่งทำให้เกิดความเชื่อใจและไว้วางกันเสมอมา เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ต้องรวมพลัง กลุ่มผู้ใช้เล็กๆ มากมายเหล่านี้จะกระจายกำลังกันเพื่อต่อสู้กับฝ่ายโครงสร้างในประเด็นเดียวกันแต่ต่างแง่มุมเพื่อเป้าหมายในการล้มล้างหรือป่วนอำนาจโครงสร้างของสังคม

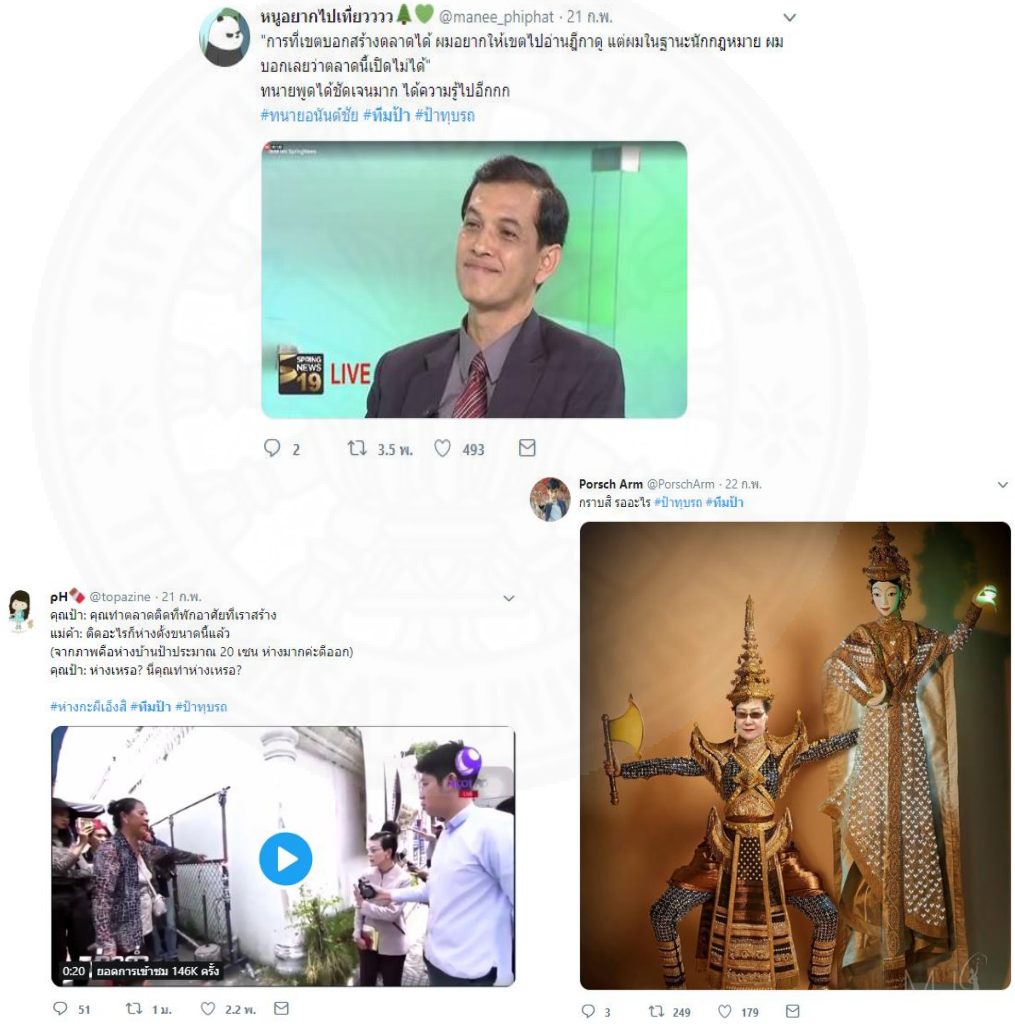
การต่อต้านอันเป็นรูปธรรมสังเกตเห็นได้บนเพจอินฟลูเอนเซอร์ (influencer) หรือผู้มีอิทธิพลในการโน้มน้าวใจผู้ใช้รายอื่นบนโลกดิจิทัล ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 4.81 จากเพจ “อีจัน” “ชมรมช่วยเหลือเหยื่ออาชญากรรม” และ “The Matter” ประจำวันที่ 6 มี.ค., 20 ก.พ. และ 21 ก.พ. 2561

เพจทั้ง 3 เพจนี้มีการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างแอดมิน (ผู้ดูแลเพจ) และผู้ติดตาม (ผู้มากดฟอลโล่วตามเพจ) ไว้อย่างต่อเนื่อง เช่น “เพจอีจัน” มีผู้มาติดตามกว่า 7 ล้านผู้ใช้ หรือ “The Matter” มีผู้ติดตามกว่า 7 แสนผู้ใช้ เมื่อเกิดประเด็นขึ้น แอดมินเพจก็จะส่งต่อสารที่ผ่านการสร้างสรรค์แล้วไปยังสมาชิกทั้งหมดเพื่อระดมพลังเข้าร่วมการต่อต้าน

(2) การเคลื่อนไหวไร้รูปแบบ (‘Unconventional’ Action Repertoires)

การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลไม่ใช่การเคลื่อนไหวที่มีท่าทีจริงจัง เต็มไปด้วยข้อเท็จจริงและคำทางการที่เข้าใจยาก แต่ Lievrouw (2011) ระบุว่าการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ที่โดยนำอุบายที่ปรากฏอยู่ในการต่อสู้ออฟไลน์มาดัดแปลงและเสริมแต่งความคิดสร้างสรรค์เข้าไปเพื่อรบกวนและต่อต้านอำนาจของโครงสร้าง สร้างกิจกรรมเล็กๆ ที่กระจายตัวอยู่ทุกหนทุกแห่งเพื่อรบกวนการทำงานของอำนาจโดยไม่ต้องลงทุนลงแรงมากนักและหลีกเลี่ยงการลงโทษของฝ่ายโครงสร้าง ดังต่ออย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 4.82 จาก twitter.com เผยแพร่วันที่ 21 และ 22 ก.พ. 2561

จากภาพเห็นได้ว่าแม้กลุ่มผู้ต่อต้านจะใช้ #ป้าทุบรถ เดียวกันเพื่อแสดงจุดยืนทางการต่อสู้ในประเด็น ป้าทุบรถ แต่ก็พูดถึงประเด็นที่แตกต่างกันไปด้วยความคิดสร้างสรรค์

ของตัวเอง ภาพที่หนึ่ง (ด้านซ้าย) พูดถึงป้าทุบรถในประเด็นเรื่องกฎหมาย ภาพที่สองและสาม (กลาง) พูดถึงความเดือดร้อนที่ตลาดสร้างให้กับกลุ่มป้าทุบรถ และภาพที่สี่ (ขวา) สร้างภาพให้ ป้าทุบรถเป็นฮีโร่ไทยด้วยการตัดต่อภาพใบหน้าของป้าเข้ากับรามสูร ยักษ์ถือขวานที่ไล่ตามนางเมขลาไป แต่ทั้งหมดก็ต้องนำวัตถุดิบมาจากของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เช่น คลิปสัมภาษณ์ของสื่อมวลชนกระแสหลัก หรือตำนานทางวัฒนธรรมของไทย

(3) อยู่บนพื้นที่เฉพาะ (Heterotopic)

การเปลี่ยนให้พื้นที่ออนไลน์กลายเป็นเวทีของการแสดงออก ของความคิดสร้างสรรค์ ที่แยกออกจากวัฒนธรรมกระแสหลัก เป็นพื้นที่เสมือนที่สามารถเป็นตัวแทน ต่อสู้หรือขัดแย้ง กับพื้นที่จริงที่ผู้คนใช้ชีวิตอยู่ จุดประสงค์ไม่เพียงต้องการแย้งกับระบบแต่ยังต้องการเสนอ “ทางเลือก” ทั้งทางด้านความคิดและการกระทำให้แก่สังคม (Lievrouw, 2011)

พื้นที่ออนไลน์ไม่เพียงเป็นพื้นที่เฉพาะที่ช่วยให้เหล่าคนชายขอบหรือคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบหลบซ่อนตัวจากกลุ่มผลประโยชน์อื่นๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างและมีมุมมองแตกต่าง หากแต่พื้นที่ออนไลน์ยังเป็นแหล่งสร้างวาทกรรมต่อต้านและอุบายเพื่อเอาชนะการที่โครงสร้างแบ่งแยกคนธรรมดาออกจากกัน (Asen, 2000)

ตัวอย่างเช่น การนำข่าวจากไทยรัฐออนไลน์เข้ามาพูดคุยในชุมชนเสมือน Pantip.com เพื่อเป็นหัวข้อแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างผู้ใช้งานเว็บบอร์ดรายอื่นๆ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาเข้าไปในความเห็นแต่ละรายแล้วจะพบว่าความเห็นของคนธรรมดาไม่ได้คล้อยตามเข้าข้างกลุ่มป้าทุบรถ ไปเสียหมด ยังมีกลุ่มคนคิดต่างที่อาศัยพื้นที่เปิดนี้ในการเสนอความเห็นต่อต้าน แม้จะถูกเสียงส่วนใหญ่แสดงความไม่เห็นด้วยแต่กลุ่มคนคิดต่างก็ยังกล้าแสดงความเห็นต่อไป

Ref. code: 25615807300040CHL

ป้าทุบรถ vs แม่ค้าในตลาด แล้วเจ้าของตลาดหายไปไหน??

ปัญหาสังคม | ร้องทุกข์ | ปัญหาชีวิต | คุ้มครองผู้บริโภค

? กระทู้คำถาม

ที่ผ่านมาได้เสพข่าวมาหลายช่องทางค่ะ เรื่องกรณีทุกรถ เพราะตลาดสร้างขึ้นอย่างผิดกฎหมายทำให้เจ้าของบ้านเดือดร้อน. คนในสังคมพุ่งไปตามที่สื่อชี้ให้มุ่งไปในทางตำหนิคนที่จอดขวางรถ และแม่ค้าในตลาดว่าเป็นเหตุสร้างความเดือดร้อน สื่อก็ไปถ่ายแม่ค้า แม่ค้าก็โดนด่าประนาม ในที่สุดตลาดโดนปิด เชื่อว่าพ่อค้าแม่ขายคงเดือดร้อนไปตามๆกัน แต่สื่อและคนส่วนใหญ่มุ่งประเด็นแค่ว่าตลาดสมควรโดนปิด แม่ค้าสมควรโดนแบบนี้เพราะสร้างความเดือดร้อน หลังจากเสพข่าวมาสักพัก เพิ่งสังเกตว่าทั้งป้าทุบรถและแม่ค้าในตลาดกลายเป็นเหยื่อ ไม่ค่อยมีใครมุ่งเป้าไปที่เจ้าของตลาด เจ้าของตลาดเป็นใคร? ทำไมเปิดตลาดผิดระเบียบได้? ตั้งแต่ดูข่าวมายังไม่เห็นรายการสัมภาษณ์ช่องไหนทำข่าวเจ้าของตลาดเลย สมควรโดนหนักๆ รวมถึงคนที่อนุญาตให้เปิดตลาดได้
ป.ล.นี่เป็นความคิดเห็นในมุมของข้าพเจ้าค่ะ

0 | 2 | อ๊อแอ๊แค่ไม่ออหร่อ 24 กุมภาพันธ์ เวลา 23:48 น.

ต่อเวลา ถูกใจ, สมาชิกหมายเลข 3292568 ถูกใจ

8 ความคิดเห็น

ความคิดเห็นที่ 1

ความคิดเรา ป้าๆเองก็เล่นกับเจ้าของตลาดนั่นแหละ
โดยเจ้าของตลาดมีขรก.ช่วยเอาหูไปนาเอาตาไปไร่
พอมาตอนนี้ แม่ค้าควรด่าเจ้าของตลาดที่ไม่ยอมไปทำให้ถูกต้องหรือหาที่ใหม่ที่ถูกต้อง ดันมาโทษป้าแล้วให้ย้ายออกไปนี่นะ เจ๊ละหน่าย

0 | 3 | สมาชิกหมายเลข 2984288 25 กุมภาพันธ์ เวลา 01:10 น. | ตอบกลับ

สมาชิกหมายเลข 2989100 ถูกใจ, ต่อเวลา ถูกใจ, สมาชิกหมายเลข 3292568 ถูกใจ

ดู 1 ความเห็นย่อย

ความคิดเห็นที่ 2

สงครามตัวแทน

พวกพ่อค้าแม่ค้ามีภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจต่ำกว่าเจ้าของตลาด ก็เลยต้องเป็นด่านหน้าให้

ขณะที่คนในสังคมส่วนหนึ่ง โดยเฉพาะชาวโซเชียล ก็ฝากวาระปัญหาของตัวเองทั้งเรื่องที่เคยมีปัญหาเรื่องการจอดรถของคนอื่น และปัญหากับจนท.บ้านเมืองในด้านต่างๆ รวมไปถึงปัญหาเรื่องทุจริตคอรัปชั่นที่เคยประสบกับตัวเองหรือเห็นมา ไว้ให้ป้าออกหน้าแทนเช่นกัน

0 | 1 | สมาชิกหมายเลข 4275558 25 กุมภาพันธ์ เวลา 02:59 น. | ตอบกลับ

สมาชิกหมายเลข 3292568 ถูกใจ

ความคิดเห็นที่ 5

อยากฟังคำตัดสินของศาล สงสัยเหมือนกันว่าเรื่องแค่นี้ทำไมช้ามาก.. ปล่อยให้คนทะเลาะมาเป็น10ปี ทั้งๆกฎหมายมันชี้ชัดได้ว่าพื้นที่ตรงนั้นคืออะไร ตรงไหน ของใคร "ได้หรือไม่ได้"ถ้าจะเอามาทำเป็นตลาด!!! ขบวนการยุติธรรมที่ล่าช้าคือ..ความไม่ยุติธรรม

0 | 1 | สมาชิกหมายเลข 3292568 25 กุมภาพันธ์ เวลา 08:29 น. [IP: 118.174.193.11] | ตอบกลับ

ต่อเวลา ถูกใจ

ความคิดเห็นที่ 6

เจ้าของตลาดคงหลบหลังแม่ค้าพ่อค้า ผมว่าเราต้องจัดแคมเปญรณรงค์ ถ้าเห็นใจป้าก็อย่าไปซื้อของตลาดพวกนี้เลยครับ ให้มันตายไปเอง

0 | 2 | สมาชิกหมายเลข 1567676 25 กุมภาพันธ์ เวลา 12:03 น. [IP: 171.5.189.116] | ตอบกลับ

สมาชิกหมายเลข 700302 ถูกใจ, ต่อเวลา ถูกใจ

ภาพที่ 4.83 กระทู้และความเห็นจากเพจ Pantip.com วันที่ 24 ก.พ. 2561

เห็นได้ว่าแม้สังคมส่วนใหญ่กำลังให้ความสนใจกับชาวตลาดและกลุ่มป้าทุบรถ แต่คนธรรมดาบนโลกดิจิทัลบางส่วนกลับมองเห็นประเด็นที่แตกต่างออกไปโดยการตั้งคำถามว่าเจ้าของตลาดหายไปไหน ทำไมจึงไม่แสดงความรับผิดชอบต่อเหตุการณ์ ที่น่าสังเกตคือมีความเห็นที่อยู่ตรงกันข้ามที่มองว่าป้าอาจร่วมมือกับชาวตลาดด้วยซ้ำ หรือมองว่าเป็นสงครามตัวแทนที่เจ้าของตลาดเอาชาวตลาดเป็นหนังหน้าไฟในการต่อสู้กับกลุ่มป้าทุบรถ

4.3.3 การสื่อสาร

Jurgen Harbermas (1989) มองว่าพื้นที่ออนไลน์มีความใกล้เคียงในการเป็นพื้นที่สาธารณะอย่างมากเนื่องจากพื้นที่นี้อนุญาตให้กลุ่มปัจเจกชนสามารถรวมตัวกันเข้าด้วยความสมัครใจเพื่อพูดคุย อภิปราย โต้แย้งกัน ด้วยประเด็น เนื้อหา ที่เป็นเรื่องของส่วนรวมและมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะ มิใช่เพื่อส่วนตัว เนื่องจากพื้นที่ออนไลน์ค่อนข้างอิสระจากอำนาจต่างๆ ในสังคม เช่น อำนาจรัฐ อำนาจศาสนา หรืออำนาจเศรษฐกิจ และยังสร้างผู้ใช้ (users) ที่ไม่มีใครมีอภิสิทธิ์เหนือใคร

บนพื้นที่สาธารณะนั้นการสื่อสารเพื่อการต่อต้านอำนาจรัฐบาลนั้นเกิดขึ้นอย่างสร้างสรรค์และหลากหลาย ทั้งในแง่สารและสื่อ ผู้วิจัยจึงแบ่งการวิเคราะห์ในส่วนนี้ออกเป็น 2 ประเด็นคือการสร้างสรรค์สาร และกลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร

4.3.3.1 การสร้างสรรค์สาร

สารที่ผู้ใช้ออนไลน์นำมาสร้างสรรค์นั้นเกิดจากการนำนำข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ นำมาถกเถียงกันจนเกิดประเด็นใหม่หรือการเจาะลึกในประเด็นเดิมที่ชัดเจนมากขึ้น

ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างอุบายเพื่อการต่อต้านนับเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของการต่อสู้เพื่อขับเคลื่อนประเด็นสังคมบนโลกดิจิทัล เนื่องจากอุบายบนโลกดิจิทัลส่วนใหญ่เกิดจากการดัดแปลงข้อมูลที่เกิดขึ้นจากการรายงานข่าวของสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ (Harbermas, 1989) เพื่อก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคม สร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนบนโลกออนไลน์เข้ามาร่วมการต่อสู้ด้วย (Lievrouw, 2011) วิธีการสร้างสรรค์และดัดแปลงสารซึ่งอาจแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบดังต่อไปนี้

(1) การล้อเลียนและเสียงหัวเราะ (parody and humour)

การล้อเลียน (parody) ถือเป็นเครื่องมือการต่อสู้กับโครงสร้างที่มีประสิทธิภาพ แตกต่างกับการเสียดสี (satire) ตรงที่ว่าการล้อเลียนมีท่าที “ทีเล่นทีจริง” ซึ่งทำให้ฝ่ายโครงสร้างลังเลที่จะลงโทษหรือตามจับกุม ขณะที่การเสียดสีคือการส่งสารประท้วงอย่างโจ่งแจ้งซึ่งมีเนื้อหารุนแรงกว่า การล้อเลียนคือการสวมทับ ตัดแต่งชุดความคิด ความเชื่อ ค่านิยม หรือกระทั่ง “ชุดความจริง” เพื่อสร้างความหมายใหม่ โดยทั่วไปการล้อเลียนเป็นรูปแบบหนึ่งของอารมณ์ขันที่

ได้รับความนิยมจากการต่อต้านสมัยใหม่เนื่องจากมีศักยภาพในการเชือดเฉือนและลดทอนความชอบธรรมของฝ่ายตรงข้ามในสายตาของสาธารณชนได้ดี (จันจิรา สมบัติพูนศิริ, 2556)

การล้อเลียนสำหรับกรณี ป้าทุบรถ นั้นมักนำเอาวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) มาใช้เป็นวัตถุดิบในการผสมผสานร่วมด้วย ตัวอย่างเช่น รูปภาพด้านล่างซึ่งเป็นการดัดแปลงภาพเหตุการณ์จริงระหว่างที่ ป้าทุบรถ กำลังทุบรถเข้ากับฉากหนึ่งภายในภาพยนตร์ Fast & Furious เร็ว...แรงทะลุนรก เพื่อทำให้กลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ซึ่งมักเป็นวัยรุ่น นิยมชมภาพยนตร์ตื่นเต้นเร้าใจสามารถเข้าถึงอุบายที่ต้องการสื่อสารได้ นอกจากนั้นยังสร้างความเชื่อโยงบางอย่างระหว่างเหตุการณ์จริงกับภาพยนตร์คือภาพยนตร์ Fast & Furious เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับกลุ่มนักขับรถที่แข่งขันกันไปตามถนนหนทางของเมืองใหญ่ทั่วโลก เป็นเรื่องราวเกี่ยวข้องกับยวดยานพาหนะซึ่งเกี่ยวข้องกับการทุบรถของป้า นอกจากนั้นภาพลักษณ์ความเป็นฮีโร่ของดาราในภาพยนตร์ก็ยังสามารถเชื่อมโยงกับสถานะความเป็นฮีโร่ในชีวิตจริงของ ป้าทุบรถ ด้วย ด้านการล้อเลียนภาพจากเรื่อง “ล่า” ซึ่งเป็นละครที่แสดงถึงความพยาบาทของผู้หญิงที่ถูกสังคมชายเป็นใหญ่กดทับ ลูกสาวถูกข่มขืนเสียสติจนต้องลุกขึ้นมาล่าผู้ชายที่ทำร้ายตนเองทีล่ะคนๆ ภาพของ ป้าทุบรถ ที่ยิ้มมุมปากเล็กน้อยเหมือนภาพที่ มธุสร ตัวละครเอกของเรื่องกำลังสนุกสนานกับการแก้แค้นชายคนร้ายที่เป็นสัญญะแทนการกดทับของโครงสร้างสังคมที่กระทำต่อปัจเจกชน

ภาพที่ 4.84 แอคเคาท์ Joe black ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561

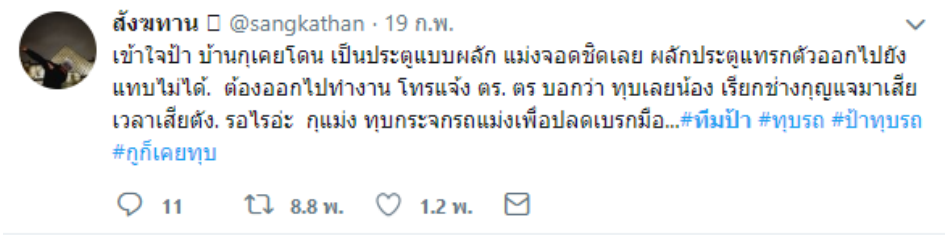
Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.85 แอคเคาท์เอกกี้ฯ และ STAR BEST ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561

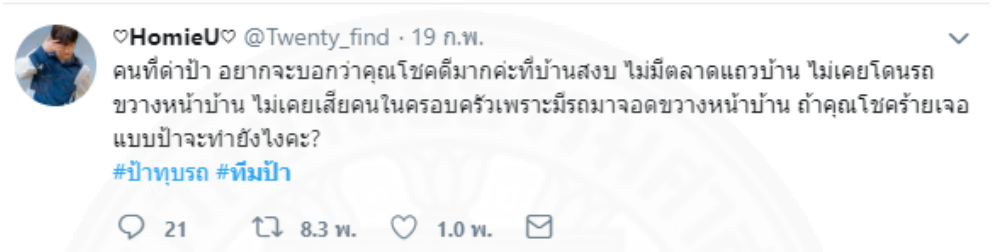
การล้อเลียนดังกล่าวนอกจากจะลดทอนความชอบธรรมของกลุ่มโครงสร้าง ยังช่วยให้คนทั่วไปเข้าถึงประเด็นปัญหาได้ง่ายขึ้นและทำให้กระแส ป้าทุบรถ ไม่ห่างหายไปจากความสนใจของสาธารณชน

(2) เรื่องราวในชีวิตประจำวัน (everyday life topic)

การแลกเปลี่ยนเรื่องราวในชีวิตประจำวันของเหล่าคนธรรมดาให้เครือข่ายสังคมของตนและคนแปลกหน้าบนโลกโซเชียลมีเดียรับรู้นั้นเป็นการสะท้อนภาวะ (Reflexivities) ของเหล่าคนธรรมดาที่เจอกับปัญหาสังคมแล้วกลับมาสะท้อนคิดถึงชีวิตประจำวันของตนเองที่ประสบปัญหาดังกล่าวเช่นกัน การแลกเปลี่ยนความเห็นของเหล่าคนธรรมดาด้านหนึ่งจึงเป็นการแสดงหลักฐานสนับสนุนว่าเหตุการณ์จอดรถขวางหน้าบ้านและความเดือดร้อนจากตลาดที่กลุ่มป้าทุบรถเจอนั้นก็เกิดขึ้นกับคนธรรมดาคนอื่นๆ ในสังคมเช่นกัน



ภาพที่ 4.86 แอคเคาท์ สังฆทาน ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 19 ก.พ. 2561



ภาพที่ 4.87 แอคเคาท์ HomieU ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 19 ก.พ. 2561

ภาพที่ 4.88 แอคเคาท์ ผู้หญิงเรื่องมาก หมามาก แมวมาก ของเพจ Twitter เผยแพร่วันที่ 19 ก.พ. 2561

จากความเห็นข้างต้น เห็นได้ว่ากลุ่มคนธรรมดาบนสังคมออนไลน์รับเอาเรื่องราวและความคิดของกลุ่มป้าทุบรถ เข้ามาปรับใช้กับชีวิตประจำวันของตนเอง โดยเริ่มปรับมุมมองของตนเองที่มีต่อปัญหาบนท้องถนนที่เกิดขึ้นรอบตัวทุกวัน จากที่เคยมองว่าเป็นเหตุการณ์ปกติ เป็นสิ่งที่ต้องอดทนและเคยชิน ก็เริ่มมองเห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็น “ปัญหา” และค่อยๆ รับเอาจิตสำนึกของการต่อต้านโดยฝึกฝนการต่อต้านผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดียเป็นจุดเริ่มต้นเพื่อทดลองอำนาจของตนเองเหมือนอย่างที่กลุ่มป้าทุบรถ เคยทำมาตลอด 10 ปี

(3) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (insight information)

ปกติแล้วหน้าที่ในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวเชิงลึกนั้นมักเป็นหน้าที่ของสื่อสารมวลชนกระแสหลักเนื่องจากมีทั้งประสบการณ์ เครือข่ายสายสัมพันธ์ และอำนาจในการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกได้ดีกว่าเหล่าคนธรรมดา แต่เมื่อเทคโนโลยีการสื่อสารเข้ามาเปลี่ยนบริบทของสังคมปัจจุบันเหล่าคนธรรมบนโลกออนไลน์สามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ทั้งหมดที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับกรณี ป้าทุบรถ ได้ คนธรรมดาบนโลกดิจิทัลจึงทำหน้าที่ในการผลิตข้อมูลเชิงลึกที่มาจากการตั้งข้อสังเกต จากการวิเคราะห์ข้อมูลดิบ (data) ต่างๆ อย่างลุ่มลึกผ่านความถนัดและความรู้ที่ตนเองได้ผ่านวิชาชีพหรือประสบการณ์ทำงานจึงกลายเป็นข้อมูลที่ไม่ได้ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนกระแสหลัก อาจเรียกได้ว่าคนธรรมดาบนโลกดิจิทัลสามารถแย่งชิงสิทธิในการกำหนดประเด็นข่าว (agenda setting) ซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นเอกสิทธิ์ของสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ผ่านการระดมผู้คนเพื่อจุดกระแสสังคม

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ใช้ออนไลน์นั้นไม่สามารถผลักดันประเด็นแปลกใหม่ให้กลายเป็นกระแสได้เนื่องจากยังขาด “ทุนสัญลักษณ์”และความชอบธรรม (legitimate) ซึ่งสังคมมอบให้แก่สื่อมวลชนกระแสหลัก ดังนั้น กลุ่มที่มารับช่วงต่อประเด็นเหล่านี้จึงกลายเป็นสื่อมวลชนกระแสหลักที่ทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตูข้อมูลข่าวสาร (gate keeper) เพื่อคัดสรรประเด็นที่น่าสนใจและนำเสนอผ่านสื่อของตนเอง

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.89 กระทู้จาก Pantip.com เผยแพร่วันที่ 20 ก.พ. 2561

จากกระทู้ข้างต้นจะเห็นว่าหลังจากที่คนธรรมดาบนโลกดิจิทัลได้รับข้อมูลอันหลากหลายจากการรายงานของสื่อสารมวลชนกระแสหลักแล้วก็เกิดคำถามจากการวิเคราะห์ว่าทำไมตลาดยังคงสามารถดำเนินการต่อไปได้ซึ่งจะมีความเห็นหลากหลายเข้ามาวิพากษ์วิจารณ์พร้อมให้ความเห็นจากหลักฐานหรือความเชื่อของตนเองไปต่างๆ นานา และเมื่อสื่อสารมวลชนกระแสหลักเข้ามาพบความเห็นเหล่านี้และเกิดความสนใจก็จะนำไปถ่ายทอดต่อผ่านสื่อของตน เกิดเป็นข้อมูลใหม่ๆ ที่คืบหน้าไปเรื่อยๆ และทำให้ประเด็นไม่ตกกระแสไป

4.3.3.2 กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร

ผู้วิจัยเห็นว่าหลังจากสร้างสรรค์สาร (message) ทั้งหมดแล้ว ผู้ใช้ออนไลน์จะเผยแพร่สารเหล่านั้นผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม การเผยแพร่ช่วยเปลี่ยนการพูดคุยบนพื้นที่สาธารณะที่ถูกวิจารณ์ว่าเป็น “การสำเร็จความใคร่ทางปัญญา” หรือการวิพากษ์วิจารณ์สังคมโดยไม่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการแก้ไขปัญหา (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551)

อย่างไรก็ตาม ธรรมชาติของช่องทางการสื่อสารออนไลน์นั้นมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสื่อช่องทางอื่นๆ ดังนั้นเมื่อผู้ใช้ต้องการเผยแพร่สารผ่านช่องทางนี้ พวกเขาต้องใช้ประโยชน์จากลักษณะของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อผลักดันการต่อสู้ไปทีละขั้นตอนจนเกิดผลสำเร็จดังต่อไปนี้

(1) การสร้างความเชื่อใจ (Trust) เพื่อระดมกำลัง

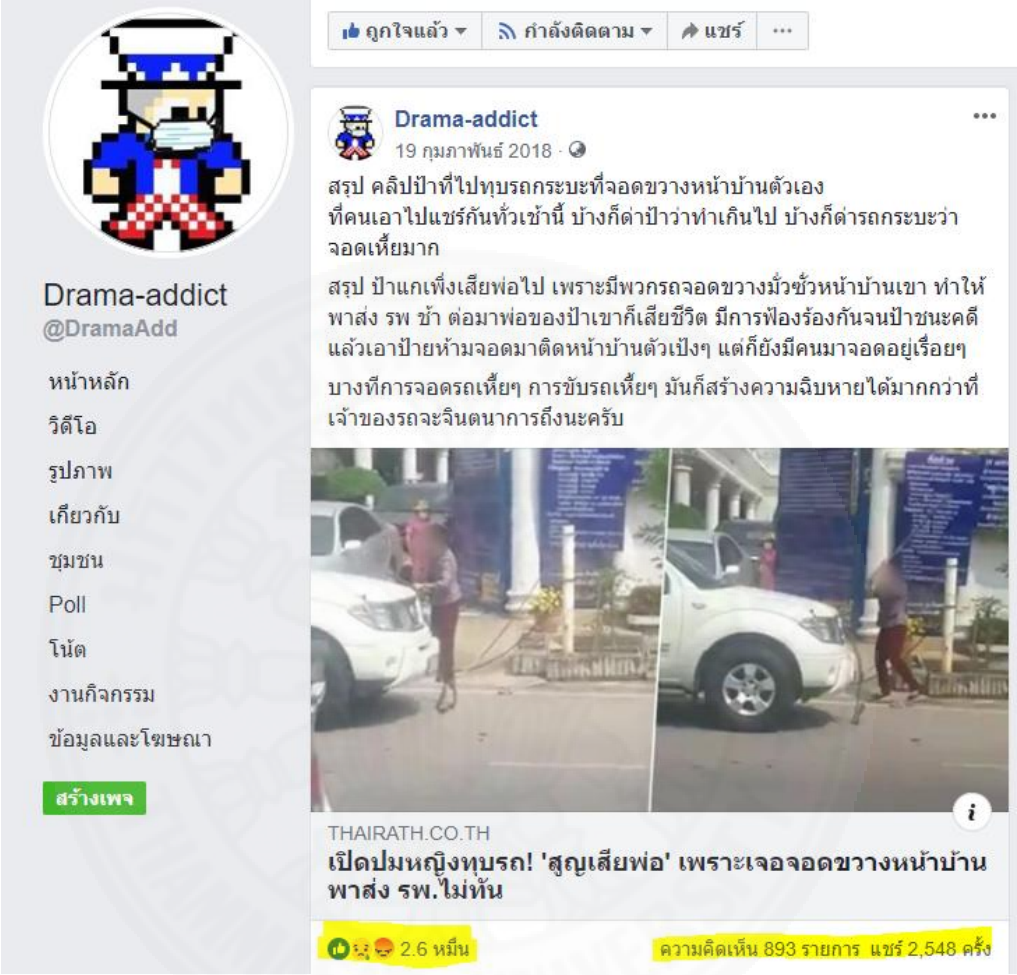
Kurzban, Rigdon และ Wilson (2008) กล่าวว่าเครือข่ายโซเชียลมีเดียนั้นถูกออกแบบมาเพื่อดึงดูด “คนที่ไม่รู้จักกัน” บนโลกออฟไลน์ (ซึ่งอาจหมายถึงคนที่ไม่รู้จักกันโดยสิ้นเชิงหรือคนที่รู้จักกันเพียงผิวเผิน) ให้ถักทอความสัมพันธ์กันบนพื้นที่ออนไลน์ กระบวนการสร้างความสัมพันธ์ของเครือข่ายเป็นกระบวนการที่ค่อยเป็นค่อยและจะคงอยู่ยาวนานมากขึ้นหากถูกสร้างอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม หากความสัมพันธ์ไม่ได้ผ่านกระบวนการสร้างอย่างช้าๆ และเป็นขั้นเป็นตอน เมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น เช่น การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ผิดพลาด เครือข่ายของความเชื่อใจนี้ก็จะสูญสลายหรือเกิดผลกระทบต่อผู้แลกเปลี่ยนข่าวสารเช่นกัน การสร้างความเชื่อใจระหว่างสมาชิกเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ชุมชนออนไลน์รับรู้ปัญหาความเดือดร้อนจากตลาดและการรุกล้ำสิทธิที่เกิดขึ้นกับกลุ่มป้าทุบรถว่าไม่ใช่ “ปัญหาส่วนบุคคล” แต่เป็น “ปัญหาร่วม” ที่คนทั้งสังคมควรเข้าช่วยเหลือแก้ไข

การส่งสารเพื่อสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจในขั้นตอนแรกนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการต่อสู้ ดังนั้นผู้ใช้ออนไลน์จะเริ่มสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างคนที่ไม่รู้จักกัน (unknown person) ผ่านเทคนิค 3 ข้อต่อไปนี้ (Kurzban, Rigdon & Wilson, 2008)

1. การย้ำสารให้เห็นบ่อยๆ (Frequency)

ส่วนมากแล้ว สื่อโซเชียลมีเดียทั่วไปมีกลไก (algorithm) การปรากฏโพสต์ให้ผู้ใช้ออนไลน์เห็นแบบถี่และบ่อย ตัวอย่างเช่น Facebook (Ballantine, 2018) จะถือว่าโพสต์หนึ่งๆ มีปฏิสัมพันธ์ดีเยี่ยม (engagement) ก็ต่อเมื่อโพสต์เหล่านั้นเข้าหลักเกณฑ์ดังนี้ หนึ่ง ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์ (interact) กับโพสต์ดีเยี่ยมผ่านการวัดค่า engagement ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้รายอื่นๆ เข้ามากด Like, Comment และ Share โพสต์นั้นเป็นจำนวนมาก สอง โพสต์นั้นถูกส่งต่อมาจาก

เครือข่ายเพื่อนของผู้ใช้ สาม โพสต์นั้นประกอบไปด้วยสื่อมัลติมีเดีย เช่น ภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือเสียงพูด



ภาพที่ 4.90 โพสต์กรณี ป้าทุบรถ มีการกดถูกใจ 2.6 หมื่นครั้ง แสดงความเห็น 893 รายการและแชร์ 2,548 ครั้ง (Drama-addict, 2018)

เมื่อการต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ ก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ซึ่งทำให้ผู้คนเข้ามาร่วมปฏิสัมพันธ์กับโพสต์เยอะ สารถูกส่งต่อผ่านเครือข่ายความสัมพันธ์คนใกล้ตัว และสารยังถูกดัดแปลงในรูปแบบของภาพล้อเลียน วิดีโอข่าว และอื่นๆ สารของกลุ่มป้าทุบรถ จึงปรากฏให้เห็นบ่อยครั้งและนำไปสู่ความเชื่อใจระหว่างสมาชิก

2. การแสดงความเชี่ยวชาญ (Expertise)

เมื่อเริ่มต้นการต่อสู้ กลุ่มแรกที่เข้าร่วมเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมักเป็นกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) โดยคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่เกาะติดสถานการณ์ข่าวสารอยู่

เสมอ รวมถึงมีความชำนาญด้านหนึ่งด้านใดเป็นพิเศษ เช่น “จ่าพิชิต ขจัดพาลชน” หรือ นพ.วิทวัส ศิริประชัย แห่งเพจ Drama-addict ซึ่งอดีตเป็นแพทย์ประจำโรงพยาบาลเกาะลันตา อ.เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ จึงได้รับความเชื่อถือจากผู้ติดตามตามฐานะนั้นๆ

ภาพที่ 4.91 “จ่าพิชิต ขจัดพาลชน”
(*ไม่ดราม่า*, ผู้จัดการออนไลน์, 2560)

แม้ผู้ทรงอิทธิพลบางกลุ่มไม่เปิดเผยตัวตน (cover identity) เพราะเกรงอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการนำเสนอข้อมูล แต่ก็จะ “บอกโดยนัย” ว่าตนเองนั้นมีความเชี่ยวชาญและความสามารถบางอย่างที่ทำให้ข้อมูลที่นำเสนอน่าเชื่อถือ ตัวอย่างเช่น “ควีน” ของเพจแหม่มโพธิ์ดำซึ่งนำเสนอเรื่องทุกข์ร้อนของประชาชนที่ไม่ได้รับความยุติธรรม ก็ “บอกใบ้” ของตนเองอยู่เสมอในหน้าเพจและสะท้อนในบทสัมภาษณ์ตอนหนึ่งของไทยรัฐออนไลน์ (2560) ดังนี้

> . . .นี่คือบทสัมภาษณ์เจ้าของเพจแหม่มโพธิ์ดำครั้งแรกและครั้งเดียว หญิงสาว รวย (เธอบอกสามารถซื้อลัมโบร์กินีเงินสดได้) ผิวขาว หุ่นดี ส่วนเซ็กซี่หรือเปล่าอยู่ที่ใครจะมอง เงาเจ้าของประโยคที่อธิบายตัวตนว่าทำเพจขึ้นมา 'ช่วยคน' อย่างเดียวเลย 'ไม่อยากได้เงิน ไม่อยากได้ทอง ไม่อยากได้ชื่อเสียง' ไม่เอาอะไรเลย. . .

เห็นได้ว่าแม้ “ควีน” จะไม่ได้เปิดเผยตัวตน (identity) ทั้งหมด หากแต่เธอจำต้องเปิดเผยข้อมูลของตนเองบางส่วน เช่น การเป็นคนรวยแต่มีจิตใจสาธารณะเพื่อทำให้ผู้ติดตามเกิดความเชื่อใจและยอมแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน

3. ลักษณะที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม (Cooperation)

Lievrouw (2011) กล่าวว่า เครือข่ายออนไลน์มีฟีเจอร์มากมายที่ออกแบบมาเพื่อรวมผู้คนให้มีความคิดความอ่านต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน โดยเริ่มต้นมักเกิดไอเดียหลัก (master idea) ซึ่งถูกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักหรือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ก่อน เมื่อผู้ใช้ได้รับสารเหล่านั้นก็จะคิดวิเคราะห์ ดัดแปลงสารและนำเสนอข้อมูลพร้อมความเห็นของตนต่อไป

บนแฟลตฟอร์ม (platform) ที่ตนเองเข้าถึงได้ ตัวอย่างเช่น เมื่อ “จ่าพิชิต ขจัดพาลชน” นำเสนอข้อมูลเรื่อง ป้าทุบรถ ด้วยการแชร์รายงานข่าวของสื่อกระแสหลัก ผู้ใช้จะขบคิดเกี่ยวกับประเด็นนี้และอาจสร้างปฏิสัมพันธ์กับโพสต์นี้ผ่านการ Like, Share หรือ Comment ซึ่งทำให้โพสต์นี้ปรากฏขึ้นบนเครือข่ายคนรู้จักของพวกเขา จากนั้นอาจดัดแปลงสารเป็นภาพล้อเลียน (parody) นำไปเผยแพร่ต่อบน Twitter.com อาจนำข่าวไปสอบถามความเห็นจากผู้ใช้รายอื่นบน Pantip.com หรืออาจมีผู้สนใจนำเรื่องราวนี้ไปเขียนต่อใน Blog ส่วนตัวของตนอีก ที่น่าสนใจคือการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างแฟลตฟอร์มเหล่านี้มีความสัมพันธ์แบบซึ่งกันและกันกล่าวคือเมื่อสารถูกดัดแปลงและนำเสนอผ่านช่องทางอื่นๆ แล้ว สื่อมวลชนกระแสหลักที่เป็นผู้นำเสนอข้อมูลในตอนแรกก็อาจหยิบประเด็นเหล่านั้นมานำเสนอต่อ หรือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ก็อาจแชร์ความเห็นของผู้ใช้รายอื่นพร้อมเพิ่มเติมความเห็นของตนเองต่อไปได้

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเมื่อข้อมูลเหล่านี้กระจายตัวไปทั่วโลกออนไลน์จะเกิดประโยชน์ในสองประเด็น หนึ่ง ผู้ใช้ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางนั้นจะเห็นว่าประเด็นเหล่านี้เป็นกระแสที่ตนเองไม่รู้ไม่ได้จึงเข้าไปหาข้อมูลเพื่อไม่ให้ตกกระแส สอง ข้อมูลมากมายที่กระจายตัวอยู่บนโซเชียลมีเดียและออนไลน์ส่วนใหญ่ล้วนแล้วแต่มีสถานะเป็นข่าวลือ (ข่าวที่ยังไม่ถูกพิสูจน์ว่าจริงหรือไม่จริง) ข่าวลือเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้มีอำนาจ เช่น หน่วยงานราชการ รัฐบาล ต้องเข้ามาพิสูจน์เพื่อชี้ความจริงผ่านสื่อมวลชนกระแสหลัก ส่งเสริมให้เกิดข้อมูลใหม่กระจายตัวต่อไปบนโลกออนไลน์ต่อเนื่อง สาม ข้อมูลที่ผ่านการพิสูจน์ความจริง ยกสถานะจากข่าวลือกลายเป็นข่าวจริงนั้นจะค่อยๆ เพิ่มจำนวนมากขึ้นบนโลกออนไลน์จากนั้นจะกลายเป็นเครือข่ายข้อมูลอันน่าเชื่อถือ

(2) การสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ (sense of belonging) เพื่อขยายพลังการต่อสู้

อันที่จริงแล้วความเดือดร้อนของ ป้าทุบรถ ถือเป็น เรื่องของคนอื่น ซึ่งอาจไม่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้รายอื่นๆ ที่เข้าร่วมการต่อสู้โดยตรง แต่อุบายและลักษณะของเครือข่ายออนไลน์นั้นช่วยทำให้ เรื่องของคนอื่น กลายมาเป็นเรื่องของตนเองเพื่อดึงดูดให้คนที่เข้ามาร่วมการถกเถียงและวิพากษ์วิจารณ์ ได้แก่ การแชร์ประสบการณ์ร่วมระหว่างกัน (shared experience) และการเปลี่ยนประเด็นส่วนตัวให้กลายเป็นประเด็นสาธารณะ (public issue) เพื่อทำให้ผู้ใช้ออนไลน์ที่เข้ามาร่วมการต่อสู้รู้สึกเป็นเจ้าของเรื่องราวเหล่านี้ร่วมกัน

1. การสร้างประสบการณ์ร่วม (shared experience)

ปัญหาที่เกิดขึ้นหน้าบ้านของ ป้าทุบรถ นั้นถือเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะพื้นที่หมู่บ้านเสรีวิลล่า สวนหลวง ร.9 ถือเป็นปัญหาที่ผู้ใช้ออนไลน์ส่วนใหญ่ไม่ได้มีประสบการณ์ร่วมโดยตรง แต่เพื่อสนับสนุนให้การต่อสู้ประสบความสำเร็จ ผู้ใช้ออนไลน์เล่าเรื่องใหม่โดยการสมมติ

ตัวเองเป็นผู้เดือดร้อน เหมือนเป็นตัวละครตัวหนึ่งที่ประสบปัญหาเช่นเดียวกับ ป้าทุบรถ และกลายเป็นข้อขบคิดถึงวิธีแก้ปัญหา รวมทั้งดึงดูดให้ผู้ใช้รายอื่นเข้ามาถกเถียงเพิ่มเติมด้วย

ภาพที่ 4.92 ตัวอย่างการสมมติตัวเองว่าเป็นผู้ประสบปัญหาจาก Pantip เมื่อ 22 ก.พ. 2561

นอกจากนั้น ผู้ใช้บางรายอาจแลกเปลี่ยนประสบการณ์ส่วนตัวซึ่งเกี่ยวพันกับบางส่วนของเหตุการณ์มาใช้เพื่อมีส่วนร่วมในการวิพากษ์วิจารณ์ เช่น ปัญหารถจอดขวางหน้าบ้าน ปัญหาผู้สูงอายุในบ้านเดียว หรือปัญหาความใจร้อนของคน ซึ่งในเวลาต่อมาประสบการณ์เหล่านี้สามารถพัฒนากลายเป็นประเด็นข่าวอื่นๆ หรือสื่อมวลชนกระแสหลักหยิบยกไปนำเสนอต่อ

ภาพที่ 4.93 ผู้ใช้ออนไลน์เข้ามาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเสียบิดาจากเหตุจอดรถขวางหน้าบ้านและถูกสื่อหยิบยกไปนำเสนอต่อ

2. เปลี่ยนประเด็นส่วนตัว (private issue) สู่ประเด็นสาธารณะ (public issue)

หลังจากที่กลุ่มป้าทุบรถ ประสบความสำเร็จในการใช้พื้นที่การสื่อสารออฟไลน์เพื่อเปลี่ยน เรื่องส่วนตัว ให้กลายเป็น เรื่องสาธารณะ กลุ่มผู้ใช้ออนไลน์เองก็จะเชื่อมโยงและขยายความเรื่องส่วนตัวที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์ ป้าทุบรถ เพื่อเปลี่ยน เรื่องส่วนตัว ของกลุ่มป้าทุบรถให้กลายเป็น เรื่องสาธารณะ เช่นกัน ผ่านเทคนิคการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ส่วนตัว โดยผู้ใช้จะนำเนื้อหาบางส่วนจากเหตุการณ์ เช่น ปัญหารถจอดขวางหน้าบ้าน ปัญหาผู้สูงอายุในบ้านเดียว หรือปัญหาความใจร้อนของคน และขยายความให้ปัญหาเหล่านั้นกลายเป็นประเด็นสาธารณะ เช่น การบังคับใช้กฎหมายจราจร ความไร้จิตสาธารณะของผู้ขับขี่พาหนะ หรือปัญหาคอร์รัปชั่น

ภาพที่ 4.94 การวิพากษ์วิจารณ์ถึงปัญหาคอร์รัปชั่น
(*ป้าทุบรถแต่ตลาดพัง 3 แห่ง*, พันทิปดอทคอม, 2561)

ภาพที่ 4.95 การวิพากษ์วิจารณ์ถึงปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย
(เดี๋ยวเจ๊เต่าจะเล่าให้ฟัง, 2561)

การเปลี่ยนปัญหาส่วนตัวให้กลายเป็นปัญหาส่วนรวมนี้เปิดช่องให้ผู้ใช้รายอื่นๆ สามารถเข้ามาร่วมต่อสู้ได้เพราะต่างรู้สึกว่าตนมีสายสัมพันธ์กับปัญหาดังกล่าว ไม่ใช่เรื่องของ “คนนอก” ที่ตนไม่ควรเข้ามายุ่งเกี่ยว

อุบายการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ (sense of belonging) ให้เกิดแก่ผู้ใช้ออนไลน์ทั้งหมดนั้นช่วยเพิ่มพลังการต่อสู้ของกลุ่มคนธรรมดาบนโลกออนไลน์ เสมือนเป็นการสะสมกำลัง บ่มเพาะประเด็นและพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในเครือข่ายจนอิ่มตัว เมื่อพร้อมแล้วกลุ่มคนธรรมดาจึงจะสามารถผลักดันประเด็นเหล่านี้ไปสู่การเคลื่อนไหวที่เป็นรูปธรรมในหัวข้อต่อไปได้

3. สื่อล้อเลียน (parody media)

คอนเทนต์อันเกี่ยวข้องกับ ป้าทุบรถ ที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสารมวลชนกระแสหลักต่างๆ จะถูกกลุ่มคนธรรมดาบนโลกออนไลน์นำมาดัดแปลงเพื่อผลักดันความคิดความเห็นบางอย่างของกลุ่มของตนเองออกไป เช่น ภาพการ์ตูนของ “จ๊อด 8 ริ้ว” ที่กระตุ้นให้สังคมออนไลน์คิดว่าการจอดรถขวางหน้าบ้านอาจทำให้ใครบางคนเสียชีวิตได้ (ซ้าย) และภาพตัดต่อล้อเลียนว่าป้าทุบรถเป็น “ธานอส” จากภาพยนตร์เรื่อง Infinity War ซึ่งมีพลังอำนาจในการทำลายล้างสิ่งต่างๆ ให้สลายไปได้ (ขวา)

ภาพที่ 4.96 ภาพการ์ตูนของ “จ๊อด 8 ริ้ว” และ ภาพล้อเลียน Infinity War
(#ทีมป้า มาแรง!, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

หรืออาจเป็นรายการวิดีโอสัมภาษณ์ความเห็นของคนทั่วไปว่าหากเป็นป้าทุบรถ เสียเองจะทำอย่างไรกับรถที่จอดขวางอยู่

ภาพที่ 4.97 คลิปจากรายการ Top Comment (ป้าทุบรถผิดไหม?, 2561)

ภาพและวิดีโอล้อเลียนถือเป็นอุบายสารสำคัญที่ช่วยขยายประเด็นการต่อสู้ที่เกี่ยวข้องกับกรณีออกไปและทำให้ประเด็น ป้าทุบรถ ยังคงเป็นกระแสและมีผู้สนใจอยู่เรื่อยๆ

(3) ประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม (Collective Identity) เพื่อนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง

อัตลักษณ์กลุ่มคือคุณสมบัติเฉพาะกลุ่มที่ทำให้พวกเขาโดดเด่นหรือแตกต่างจากสิ่งอื่น คำๆ นี้รวมถึงเรื่องภายในตัวตนของกลุ่ม เช่น ด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด หรือแม้แต่อุดมการณ์ คนเราประกอบสร้างอัตลักษณ์ขึ้นจากโลกทัศน์เรื่อง “ความแตกต่าง” ผ่านการจำแนกแยกแยะ การเปรียบเทียบ และการประเมินค่า ดังนั้นอัตลักษณ์กลุ่มจึงกำหนดว่า “เราคือใคร” และ “ใครที่ไม่เหมือนเรา” (อัฎฮา โต๊ะสาน, 2553)

เมื่อผู้ใช้สามารถสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจให้เกิดระหว่างสมาชิก และทำให้กลุ่มรู้สึกว่าเป็นเจ้าของปัญหาร่วมกันแล้ว ขั้นต่อมาพวกเขาจะใช้อุบายผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์เพื่อก่อให้เกิดอัตลักษณ์กลุ่มซึ่งนำไปสู่ความสามัคคี (solitary) และนำไปสู่ความสำเร็จในการเคลื่อนไหวต่อไป อุบายที่ใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มอันนำไปสู่ความสำเร็จมีดังต่อไปนี้

สร้างแคมเปญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Online campaign)

การรวบรวมชนชั้นกลางให้ตั้งสมาธิอยู่กับประเด็นหนึ่งประเด็นใดได้นานๆ นั้นจำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกและสร้างกิจกรรมอันเป็นสีสันทำให้เกิดการติดตามต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามอุบายบนโลกออนไลน์และออฟไลน์นั้นไม่เหมือนกันเนื่องจากความแตกต่างของคุณลักษณะสื่อ ทำให้อุบายซึ่งเป็นสารที่ใช้ต้องปรับประยุกต์ตัวเองตามไปด้วย อุบายที่กลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ใช้เพื่อผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวมีดังนี้

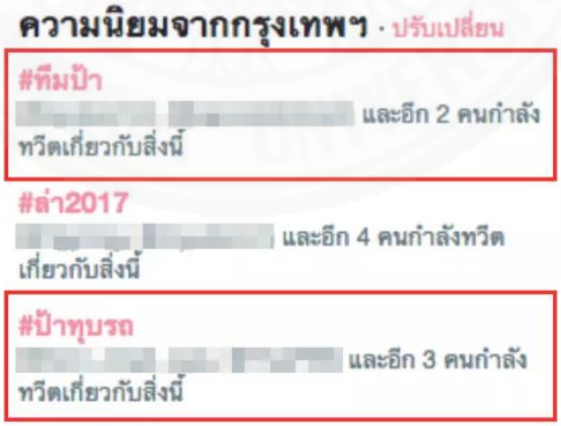
1. การติดแฮชแท็ก (hashtag)

แฮชแท็กเปรียบเสมือนช่องของคลื่นวิทยุสื่อสารที่เอาไว้ให้ผู้คนใช้พูดเรื่องเดียวกัน ถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ใช้จัดระเบียบข้อมูลให้อยู่ในหมวดหมู่เดียวกัน เช่น เมื่อผู้ใช้ติด #ทีมป้า เข้าไปในโพสต์ก็หมายความว่าโพสต์นั้นเกี่ยวข้องกับเรื่อง ป้าทุบรถ และยังมีความเห็นโน้มเอียงไปทางกลุ่มป้าทุบรถ และเมื่อต้องการติดตามหรือเกี่ยวกับกรณีเดิม ผู้ใช้สามารถค้นหาคำเฉพาะ (keyword) โดยใช้แฮชแท็กติดหน้าข้อความ

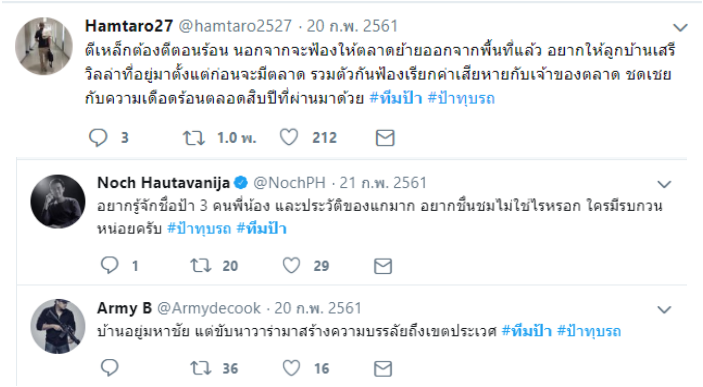
สำหรับประโยชน์ของแฮชแท็กเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมคือ แฮชแท็กช่วยขับเคลื่อนเรื่องราวอย่างหนึ่งอย่างใดให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และเมื่อทำงานร่วมกับสื่อกระแสหลักแล้วก็จะยิ่งเพิ่มแรงสนับสนุนที่ผลักดันให้การต่อต้านประสบความสำเร็จ (Bratt, 2019)

Michael Bratt (2019) ระบุว่าคุณลักษณะที่ทำให้แฮชแท็กอันหนึ่งอันใดประสบความสำเร็จผลักดันการต่อสู้ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้นั้นอาจมีองค์ประกอบต่อไปนี้ คือ หนึ่ง คำที่ให้ความหวังและสัญญาว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลง สอง คำที่เน้นความสำคัญของผู้ใช้ในฐานะประชาชนคนสำคัญ สาม คำที่แสดงถึงการผดุงความถูกต้องและความยุติธรรม สี่ คำที่กำหนดทิศทางชัดเจนว่าจะให้ผู้สนับสนุนทำอะไร

สำหรับกรณี ป้าทุบรถ นั้นมีแฮชแท็กที่ผู้ใช้นิยมติดลงในโพสต์หลายตัวแต่แฮชแท็กที่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ **#ทีมป้า** กับ **#ป้าทุบรถ** ซึ่งเป็นแฮชแท็กที่เคยติดอันดับหนึ่งและสามการค้นหาของคนไทยจากการเก็บสถิติของ Twitter.com ในวันที่ 20 ก.พ. 2561



ภาพที่ 4.98 ไทยรัฐออนไลน์ เผยแพร่เมื่อ 20 ก.พ. 2561

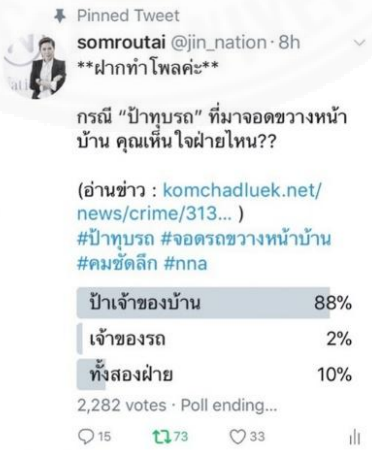


ภาพที่ 4.99 ตัวอย่างการติดแฮชแท็กของกลุ่มป้าทุบรถ จาก twitter

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าแฮชแท็ก #ทีมป้า และ #ป้าทุบรถ นั้นไม่ได้มีคุณสมบัติตามที่ Ingrid Louw (2018) ระบุไว้นัก อาจมีคุณสมบัติของการพูดถึงกลุ่มคนธรรมดาและอาจเรียกร้องให้มาร่วมกับ “ทีมป้า” บ้างแต่ก็ยังไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นส่วนจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ายังสามารถพัฒนาได้อีกมาก

2. การทำแบบสำรวจ

การผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงนั้นจำเป็นต้องมีหลักฐานรูปธรรมบางอย่างเพื่อเป็นเครื่องยืนยันว่าความเห็นของผู้คนส่วนใหญ่เป็นไปในทิศทางไหน เมื่อหน่วยงานราชการหรือเอกชนหลายหน่วยงานไม่ได้ให้ความสำคัญในการทำการสำรวจความเห็นของประเด็น “ธรรมดา” เช่นนี้ โซเชียลมีเดียจึงเข้ามามีบทบาทในการสร้างแบบสำรวจออนไลน์



ภาพที่ 4.100 โพสต์ของนักข่าวคมชัดลึกชื่อ Somroutai จาก Twitter

การทำแบบสำรวจนี้คือการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ให้สื่อมวลชนกระแสหลักสามารถหยิบจับไปใช้เป็นข่าวต่อเนื่องและยังเป็นการสนับสนุนให้ผู้ใช้ออนไลน์รายอื่นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการแคมเปญด้วย

3. จัดกิจกรรมออฟไลน์

สื่อกิจกรรมบนพื้นที่จริงถือเป็นสื่อที่สร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกได้อย่างดีเยี่ยม แม้กิจกรรมบนโลกออนไลน์จะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เข้าร่วมได้ในระดับหนึ่ง แต่ความเชื่อใจระหว่างสมาชิกจะยังไม่แน่นแฟ้นพอที่จะร่วมมือกันเพื่อผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวต่อไปได้หากไม่มีการจัดกิจกรรมบนพื้นที่จริง ดังนั้นสื่อกิจกรรมจึงเป็นสัญลักษณ์ของการรวมตัวกันบนพื้นที่จริงเพื่อแสดงให้เห็นพลังของกลุ่ม

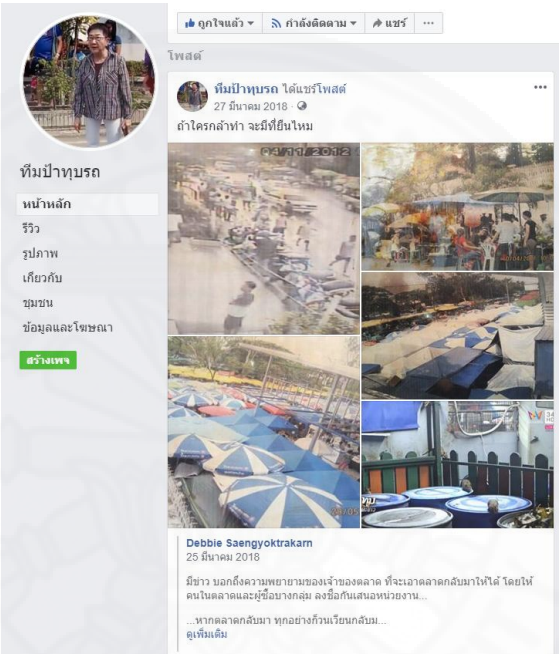
กิจกรรมบนพื้นที่จริงที่กลุ่มป้าทุบรถ สร้างสรรค์ขึ้นคือกิจกรรมการถ่ายรูปตัวเอง (Selfie) หน้าบ้านที่เกิดเหตุแล้วถ่ายลงสื่อโซเชียลมีเดียของตนเอง

ภาพที่ 4.101 กลุ่มผู้สนับสนุนถ่ายเซลฟี่หน้าบ้านป้าทุบรถ
จากไทยรัฐออนไลน์ เมื่อ 20 ก.พ. 2561

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการถ่ายภาพตัวเองและอัพโหลดขึ้นบนสื่อโซเชียลมีเดียเป็นการแสดงจุดยืนของตัวเองว่าเป็นผู้สนับสนุนกลุ่มป้าทุบรถ และเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มว่าเป็นศูนย์รวมของผู้รักความยุติธรรมและไม่ยินยอมให้เกิดการรังแกผู้มีอำนาจน้อยอีก

ทั้งนี้ หลังจากการต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ ประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหาความเดือดร้อนไปได้ สร้างจิตสำนึกของการต่อสู้ และสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างให้แก่สังคมแล้ว กลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ เริ่มสานสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นและติดตามประเด็นข่าวนี้

อย่างจริงจัง สังเกตได้จากการตั้งเพจใหม่ชื่อ ทีมป้าทุบรถ ซึ่งใช้เพื่อติดตามประเด็นปัญหาต่อเนื่อง ตัวอย่างของการติดตามข่าวของเพจเช่น หลังจากศาลตัดสินให้ ป้าทุบรถ ชนะคดี เกิดการรื้อถอนตลาด และเขตกรุงเทพมหานครต้องชดเชยค่าสินไหมแล้ว ปรากฏว่าในเวลาไม่นานมีความพยายามของกลุ่มนายทุนที่จะเอาตลาดกลับมาเปิดขายในพื้นที่อีก แอคเคาท์ Debbie Saengyoktrakan ซึ่งเป็นหลานสาวของกลุ่มป้าทุบรถ จึงโพสต์ข้อความและรูปภาพประกอบเพื่อแจ้งข่าวให้กลุ่มผู้สนับสนุนเผยแพร่ต่อ



ภาพที่ 4.102 โพสต์บอกเล่าว่ากลุ่มนายทุนพยายามกลับมาเปิดตลาดอีกครั้ง (Debbie Saengyoktrakan, 2018)

อย่างไรก็ตาม เพจ “ทีมป้าทุบรถ” นั้นไม่ได้รับกระแสตอบรับดีเท่าที่ควรและมีผู้ติดตามเพียง 405 คน (เก็บข้อมูลวันที่ 18 ก.พ. 2561) นอกจากนั้นเหตุการณ์ความคืบหน้าต่อเนื่องนี้ไม่สามารถผลักดันต่อไปให้กลายเป็นกระแสสังคมเหมือนเช่นตอนเกิดเหตุ “ทุบรถ” ได้ ซึ่งจากข้อมูลผู้วิจัยสรุปได้ว่าสาเหตุเกิดจากการที่กลุ่มป้าทุบรถ กำหนดจุดประสงค์การต่อสู้ที่การย้ายตลาดออกจากหมู่บ้าน ดังนั้นเมื่อศาลมีคำตัดสินให้ตลาดย้ายออกจากหมู่บ้านเหตุการณ์ก็เริ่มคลี่คลายลงเรื่อยๆ

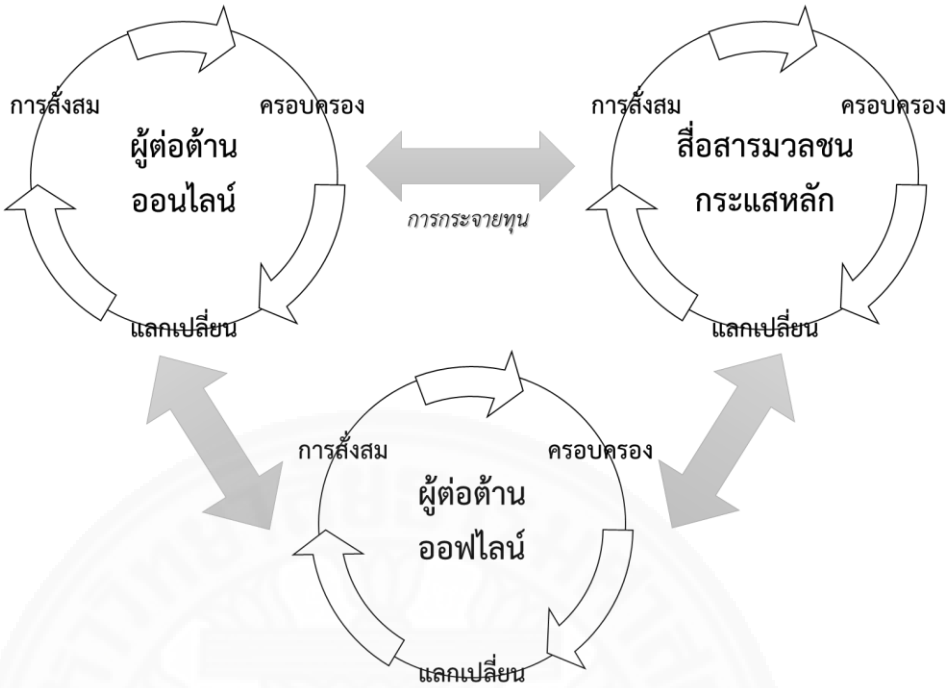
4.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 พบว่า Michel de Certeau (1987) เปรียบชีวิตประจำวันในโลกแห่งทุนนิยมว่าเป็นพื้นที่ที่โครงสร้าง (structure) อันเป็นผู้ถือครองอำนาจนำพยายามบริหารยุทธศาสตร์ (strategy) ผ่านสื่อชนิดต่างๆ เพื่อกดทับเหล่าคนธรรมดา (ordinary man) ให้ต้องจำยอมอยู่กับระบบและเห็นว่าชีวิตประจำวันอันน่าเบื่อหน่าย ซ้ำซาก (everydayness) เป็นเรื่องปกติที่ต้องก้มหน้ายอมรับ อย่างไรก็ตาม Michel de Certeau เชื่อในพลังของปัจเจกชนว่าเหล่าคนธรรมดาล้วนแล้วแต่มีความคิดหลีกหนีจากสภาพที่ถูกกดทับอยู่ในปัจจุบันโดยการต่อสู้ผ่านอุบาย (tactics) เมื่อจังหวะและโอกาสเอื้ออำนวย

เมื่อต้องการลุกขึ้นต่อสู้ ทุนถือเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดและก่อร่างสร้างอำนาจให้แก่เหล่าคนธรรมดา เป็นเครื่องมืออันสำคัญที่ใช้ในการต่อรองอำนาจกับฝ่ายโครงสร้าง Karl Marx ผู้บุกเบิกงานวิชาการแนววิพากษ์แสดงทัศนะไว้ว่า ผู้ที่อยู่ในชนชั้นนำของสังคมย่อมมีอำนาจมากในการกดทับชนชั้นอื่นๆ เนื่องจากเป็นเจ้าของและควบคุมปัจจัยการผลิตทุกชนิด (Robertson, 2002, pp. 76-77) แต่ในปัจจุบัน Michel de Certeau (1987) กล่าวว่าอำนาจที่มาจากการเป็นเจ้าของทุนเหล่านี้ได้เจือจางลงไปแล้วเนื่องจากเหล่าคนธรรมดามีความสามารถในการสะสมทุนเช่นกัน ปัจจัยการผลิตเหล่านี้ไม่ได้ถูกสงวนไว้สำหรับชนชั้นนำ (ฝ่ายปกครองและฝ่ายทุน) เพียงฝ่ายเดียว แต่ถูกทำให้แพร่กระจายไปยังชนชั้นอื่น โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่ประสบความสำเร็จในการยื้อแย่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น คนธรรมดาที่สร้างหมู่บ้านจัดสรร คนธรรมดาที่เปิดร้านสะดวกซื้อของตนเอง ฯลฯ นั้นทำให้อำนาจในการต่อสู้กับการกดทับแพร่กระจายมาสู่ชนชั้นกลางค่อนข้างมาก

การวิเคราะห์ส่วนนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นวิเคราะห์ทุนตั้งต้นอันเสมือน “ทุนหน้าตัก” ที่ช่วยให้เหล่าคนธรรมดาสามารถต่อต้านกับโครงสร้างได้สะดวกยิ่งขึ้น เนื่องจากจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าหากปัจเจกชนต้องการเปลี่ยนสถานะจาก “ผู้ถูกกระทำ” เป็น “ผู้กระทำการ” เพื่อลุกขึ้นต่อต้านการกดขี่ของโครงสร้างแล้ว ทุนด้านต่างๆ ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่อนุญาตให้เกิดการต่อสู้และส่งผลต่อความสำเร็จของกรณีอย่างมีนัยยะสำคัญ อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษา ป้าทุบรถ นั้นมีความซับซ้อนเนื่องจากไม่ได้มีกลุ่มผู้ต่อสู้เพียงกลุ่มเดียว หากแต่มีกลุ่มเครือข่ายผลประโยชน์ผู้เข้าร่วมการต่อสู้อย่างน้อย 3 กลุ่ม อันได้แก่ หนึ่ง กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์ (เช่น กลุ่มป้าทุบรถ เพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่า ฯลฯ) สอง กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์ (เช่น ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ ผู้ใช้ทั่วไป ฯลฯ) สาม กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อวิทยุ ฯลฯ) กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อปรากฏการณ์ทั้ง 3 กลุ่มนี้ต่างมีเทคนิคการครอบครอง สั่งสมทุนที่แตกต่างกัน ก่อนจะนำทุนเหล่านั้นมาแลกเปลี่ยนกันเพื่อนำพาการต่อสู้ไปสู่ความสำเร็จร่วมกันดังแผนภาพต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 4.103 การครอบครอง สั่งสมทุน แลกเปลี่ยน และกระจายทุนของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่ม

หากพิจารณาตามแผนภาพด้านบน ผู้วิจัยพบว่าการครอบครอง สั่งสม และแลกเปลี่ยนทุนซึ่งกันและกันของกลุ่มผู้ต่อต้านโครงสร้างนั้นได้แปรเปลี่ยนให้การต่อสู้ที่กระจัดกระจาย ไม่มีทิศทาง และไม่ได้มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่โครงสร้างอำนาจของสังคม มารวมตัวกันอย่างหลวมๆ เพื่อนำไปสู่การต่อสู้อันเป็นระบบภายใต้เครือข่ายผลประโยชน์รูปแบบใหม่ที่ไม่ได้ถูกสรรค์สร้างจากยุทธศาสตร์ (strategy) ของฝ่ายโครงสร้าง แต่เกิดขึ้นจากอุบาย (tactic) ที่กลุ่มคนธรรมดาช่วยกันสร้างขึ้นโดยไม่รู้ตัว ด้วยความสัมพันธ์แบบใหม่ซึ่งก่อกำเนิดผ่าน “การแลกเปลี่ยนทุน” ระหว่างกลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสามกลุ่มนี้ทำให้ความสัมพันธ์ในเครือข่ายแข็งแรงยิ่งขึ้น อันนำไปสู่การต่อสู้ที่มีประสิทธิภาพ และท้ายสุดนำไปสู่การสั่นสะเทือนโครงสร้างและความเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายดังที่กล่าวมาแล้ว

ผู้วิจัยแจกแจงการครองครองและสั่งสมทุนทั้ง 4 ประเภทอันได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนสัญลักษณ์ และทุนเศรษฐกิจ รวมถึงอุบายในการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนเหล่านั้นระหว่างกันดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

4.4.1 การครอบครองและสั่งสมทุน

การศึกษาพบว่ากลุ่มคนทั้ง 3 กลุ่มอันได้แก่ กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์ กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์ และ กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก มีการครอบครองและสั่งสมทุนอันเป็นเสมือน “ทุนหน้าตัก” ที่แตกต่างกันดังแจกแจงรายละเอียดต่อไปนี้

4.4.1.1 กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์

หากพิจารณาไปแล้ว กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์ซึ่งมีผู้นำกลุ่มเป็น ป้าทุบรถ นั้นมีทุนสัญลักษณ์หรือชื่อเสียงทางสังคมเชิง “ติดลบ” เสียด้วยซ้ำเนื่องจากสังคมมีความคิดเกี่ยวกับ “ป้า” ว่าเป็น “มนุษย์ป้า” ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมเห็นแก่ตัว ชอบสร้างความเดือดร้อนให้แก่สาธารณะชนหากแต่การครอบครองและสั่งสมทุนอันเข้มข้นกว่า “10 ปี” นั้นทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์สามารถพลิกสถานการณ์ที่เสียเปรียบให้กลายเป็นได้เปรียบ ทุนที่สำคัญนั้นได้แก่ทุนวัฒนธรรม ทุนเครือข่ายและทุนเศรษฐกิจดังอธิบายต่อไปนี้

(1) ครอบครองและสั่งสมประสบการณ์การใช้สื่อหลากประเภท

ตามที่ผู้วิจัยกล่าวไว้ในบท ความเป็นมาเบื้องต้นและบริบทของเหตุการณ์ เห็นได้ว่ากลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ใช้เวลานับ “10 ปี” เพื่อทดลองใช้สื่อแต่ละประเภทในการต่อต้านกับอำนาจของโครงสร้าง ตั้งแต่ สื่อการพูด สื่อวัตถุ สื่อกิจกรรม สื่อการเขียน สื่อสารมวลชน จนถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การสั่งสมประสบการณ์จากการลองผิดลองถูกนี้ทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านทราบถึงธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิด รู้ข้อดีข้อเสีย นำไปสู่การใช้สื่อแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเกิดการต่อต้านขึ้นจริง

(2) ครอบครองและสั่งสมทุนความรู้เพื่อสร้างสารแห่งการต่อต้าน

ไม่เพียงการถ่ายทอดอารมณ์อันโกรธเคืองเพื่อเรียกความสนใจจากสาธารณชนแล้ว จุดเด่นหนึ่งของการต่อสู้ของกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์นั้นคือการให้ข้อเท็จจริงที่ผ่านการศึกษามาอย่างดี ข้อเท็จจริงเหล่านั้นด้านหนึ่งเกิดจากการสั่งสมความรู้ทางกฎหมายอย่างเข้มข้นผ่านการต่อสู้ที่เคยทดลองมาและการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง (ถามตรงๆ กับจอมขวัญ, 21 ก.พ. 2561) ส่วนอีกด้านหนึ่งก็เกิดจากการเก็บรวบรวมหลักฐานความเดือดร้อนต่างๆ เช่น รูปภาพ แผนที่บ้าน (ถามตรงๆ กับจอมขวัญ, 21 ก.พ. 2561)

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 4.104 ภาพกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์แสดงหลักฐานความเดือดร้อนจากตลาด (*'ป้าทุบรถ'เปิดใจใช้ขวาน*, ไทยโพสต์, 8 มี.ค. 2561)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าความรู้ทางด้านกฎหมายและหลักฐานอันเกิดจากการลองผิดลองถูก การศึกษาเพิ่มเติมเองเหล่านี้ช่วยให้กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์สร้างสรรค์สารตั้งต้นที่รัดกุมและชาญฉลาดจนนำไปสู่การแก้ไขอคติของสังคมที่มีต่อกลุ่ม “มนุษย์ป้า” ที่ถูกตราหน้าว่าเป็นกลุ่มคนที่ไร้เหตุผลและยึดแต่ตัวเองเป็นที่ตั้ง และพาสังคมกลับไปยึดความหมายของคำว่า “ป้า” ซึ่งหมายถึงน้องของแม่ที่มีความสัมพันธ์เสมือนเป็นญาติมิตรกับเราดังเช่นอดีต

(3) ครอบครองและสั่งสมทุนเครือข่ายเพื่อสร้างฐานอำนาจแห่งการต่อต้าน

ด้วยลักษณะของชนชั้นกลาง กลุ่มป้าทุบรถ จึงมีสายสัมพันธ์อันเปราะบางกับกลุ่มคนที่อยู่รายล้อมตนเอง ทั้งเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่า และชาวตลาด เมื่อเกิดปัญหาที่ยืดเยื้อและมีแนวโน้มลุกลามใหญ่โต กลุ่มป้าทุบรถ เริ่มสร้างสายสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่าเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความเดือดร้อนและเป็น “กองหนุน” ยามเมื่อเกิดเหตุปะทะกับคู่ขัดแย้ง (ถามตรงๆ กับจอมขวัญ, 21 ก.พ. 2561) ไม่เพียงเท่านั้น ต่อมา “กองหนุน” บนโลกออฟไลน์เหล่านี้ยังกลายเป็นปากเป็นเสียงให้แก่กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์ต่อเนื่องด้วย เช่น กรณีสมาชิกเฟซบุ๊ก Theerapat Bureethan ซึ่งได้แชร์คลิปจากสำนักข่าวที่สัมภาษณ์คนในหมู่บ้านรายหนึ่ง ที่ระบุว่าอย่าเอาความตายของคนอื่นมาเป็นคะแนนให้ตัวเอง โดยสมาชิกเฟซบุ๊กรายนี้ระบุว่าอาศัยอยู่ในหมู่บ้านและพ่อของตนเสียชีวิตเพราะไปโรงพยาบาลไม่ทัน (ข่าวสดออนไลน์, 23 ก.พ. 2561)

ภาพที่ 4.105 พาดหัวข่าวจากข่าวสดออนไลน์
(*หนุ่มเพื่อนบ้านป้าทุบรถ,* 2561)

(4) ครอบครองและสั่งสมทุนเศรษฐกิจเพื่อเวลาและความสามารถแห่งการต่อสู้

เราไม่อาจมองข้ามทุนเศรษฐกิจที่เข้ามา “ปลดล็อก” ให้กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์มีเวลาและความสามารถในการต่อสู้กับฝ่ายโครงสร้างได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาจากคลิปตอน “ความในใจป้าทุบรถ เมื่อขวานมีอานุภาพมากกว่ากฎหมาย” ในรายการ The Standard Daily เมื่อวันที่ 22 ก.พ. 2561 ซึ่งระบุว่ากลุ่มป้าทุบรถ นั้นมีฐานะร่ำรวย เนื่องจากมีบ้านหลังใหญ่และมีที่ดินให้เช่า

ภาพที่ 4.106 ภาพถ่ายมุมสูงแสดงคฤหาสน์ของ ป้าทุบรถ
(*ทนทุกข์สุดกลั้น!*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าทุนทางเศรษฐกิจเหล่านี้เอื้อให้กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์สามารถขับเคลื่อนเรื่องราวที่ยุ่งยากและเสียค่าใช้จ่าย เช่น การเดินทางไปศาล การทำหนังสือราชการ การศึกษากฎหมาย ฯลฯ ต่อไปได้ นอกจากนั้นยังถูกนำไปแลกเปลี่ยนกับทุนด้านต่างๆ เช่น ถูกนำไปแลกเปลี่ยนเป็นทุนวัฒนธรรมเรื่องความรู้ทางกฎหมายและวิธีการต่อสู้กับโครงสร้างผ่านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบต่างๆ ซึ่งต้องมีการลองผิดลองถูก เสียค่าใช้จ่ายไปอย่างมหาศาล (เช่น ป้ายประกาศหน้าบ้านที่ต้องใช้เงินสร้างต่อป้ายหลายพันบาท หรือกระบะดอกไม้ที่นำมาตั้งหน้าบ้านก็ต้องใช้เงินในการดูแลบำรุง) และเป็นตัวแปรสำคัญที่เอื้อให้เกิดการสะสมทุนในด้านอื่นๆ

4.4.1.2 กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์

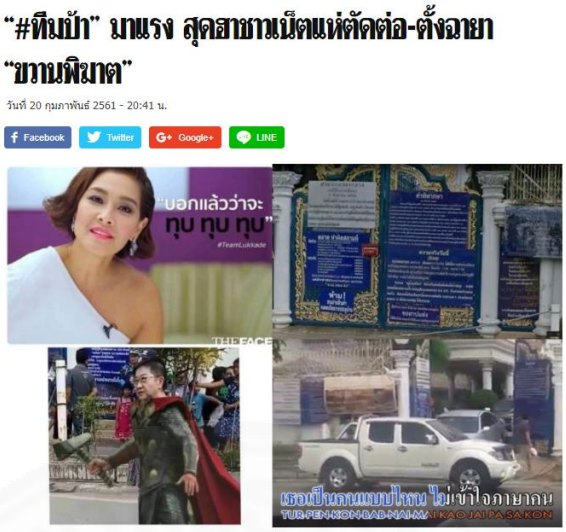
กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์จัดเป็นกลุ่มผู้ต่อต้านที่เข้ามาสานต่อประเด็นหลักจากเกิดเหตุการณ์ “ทุบรถ” โดยกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ ทุนหลากหลายประเภทที่คนกลุ่มนี้ครอบครองและสั่งสมมาเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การต่อสู้ขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จได้

ผู้วิจัยอาจแจกแจงการครอบครองและสั่งสมทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ได้ดังต่อไปนี้

(1) การครอบครองและสั่งสมทุนเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนประเด็นอย่างมีประสิทธิภาพ

“ทุน” ที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์คือทุนทางสังคมเนื่องจากสื่อดิจิทัลถูกออกแบบมาให้ผู้คนที่ไม่รู้จักกันเป็นการส่วนตัวสามารถผูกสัมพันธ์เพื่อสื่อสารระหว่างกันเกิดเป็นชุมชนออนไลน์และนำไปสู่การผลักดันความคิดอย่างหนึ่งอย่างใด

หลังเหตุการณ์ทุบรถกลายเป็นกระแสโด่งดังในพื้นที่เกิดเหตุ สื่ออิเล็กทรอนิกส์เข้ามารับ “ไม้ต่อ” และระดมกลุ่มคนธรรมดาที่ไร้ชื่อเสียงเรียงนาม (Anonymous) ผ่านเครือข่ายของตนเองเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างสรรค์ประเด็นใหม่ ตัวอย่างเช่น การตั้งฉายาให้ “ขวานพิฆาต” ให้แก่กลุ่มป้าทุบรถ



ภาพจากสื่อสังคมออนไลน์

ภาพที่ 4.107 ข่าวจากเว็บไซต์มติชนออนไลน์ เผยแพร่วันที่ 20 ก.พ. 2561

นอกจากนั้น เครือข่ายนี้ยังทำให้กิจกรรมออนไลน์ต่างๆ เช่น การไลค์ การแชร์ การคอมเมนต์ การติดแฮชแท็ก ต่อหัวข้อเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ ป้าทุบรถ สามารถสื่อสารไปยังคนในเครือข่ายอื่นๆ เร่งเร้าให้คนธรรมดาผู้ไม่เปิดเผยตัวตนคนอื่นเข้าร่วมกระบวนการและผลักดันการต่อสู้ของกลุ่มตนไปให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด โดยที่ทุกคนไม่ได้มีเป้าหมายเพียงเป้าหมายเดียวคือการช่วยเหลือกลุ่มป้าทุบรถ ย้ายตลาดออกไปเท่านั้น หากแต่ยังมีจุดประสงค์ซ่อนเร้นของตัวเอง เช่น ต้องการสร้างตัวตนบนโลกดิจิทัล ต้องการเสียดสีหน่วยงานราชการที่ไม่สามารถจัดการปัญหาที่จอดรถได้ หรือต้องการแสดงบทบาทเป็นผู้ผดุงความยุติธรรมในสังคม

เนื้อหาข่าว

เพื่อนสาวของรถกระบะที่ถูกทุบ ตรรกะป่วยมาก !!

เห็นข่าวครั้งแรกนี่หัวร้อนเลย อย่าให้ต้องเหลาอะไรมาก เชื่อว่าหลายคนคงรู้อยู่ละ
เรื่องของป้าทุบรถกระบะของหญิงสาวนางนึง เพราะจอดรถขวางทางเข้าออกบ้านป้าแก
ไอ้เราก็ไม่อยากแสดงความคิดเห็นอะไรมาก แต่ฟังแถลงข่าวของทั้ง 2 ฝ่ายแล้ว สงสารป้าที่ต้องหมดพลังไปกับการทุบรถ แถมยังเสียเวลา เสียสุขภาพจิตกับสภาพแวดล้อมและมนุษย์ผู้เห็นแก่ตัวแบบนั้น
ที่หนักกว่านั้นคือออ ได้อ่านข่าวนี้ ซึ่งเราเข้าไปไม่เจอกระทู้นางละ สงสัยลบไป

(รูปภาพ)

แบบอยากจะบ้าตายกับตรรกะของเพื่อนสาวนาง ว่าจะเข้าไปแสดงความคิดเห็นสักหน่อย หายไปละนี่คือตั้งกระทู้ล่อเป้าให้โดนด่าชัดๆ งั้นเราก็ขอตั้งต่อว่านางและเจ้าของรถกระบะด้วย อย่าเห็นแก่ตัวนักเลยเป็นมนุษย์เหมือนๆ กัน ใจเขาใจเราอ่ะรู้จักป่ะ?
ใครไม่ทันกระทู้แบบเราก็เข้าไปตามหาข่าวกันเอาเองนะ เนื้อข่าวบรรยายหมดละ

ภาพที่ 4.108 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป เผยแพร่เมื่อวันที่ 21 ก.พ. 2561

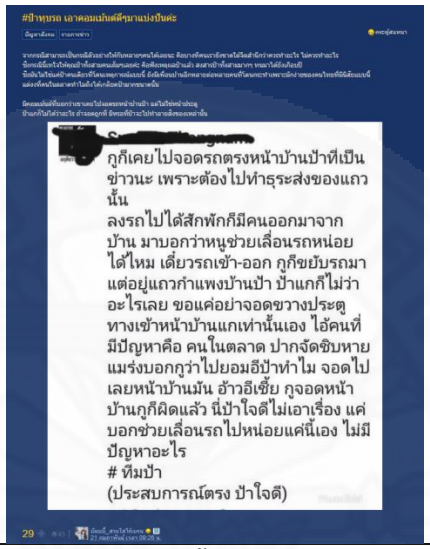
จากกระทู้ข้างต้น เห็นได้ว่าแม้เจ้าของกระทู้จะไม่ได้มีส่วนได้เสียโดยตรงกับเหตุการณ์ แต่เครือข่ายความสัมพันธ์ของคนบนโลกออนไลน์นั้นทำให้ผู้เข้าร่วมการสนทนาเกิดประสบการณ์ร่วม (shared experience) ผ่านการทำกิจกรรมออนไลน์ต่างๆ และเกิดอาการ “หัวร้อน” หรือเป็นเดือดเป็นร้อนแทนเจ้าของเรื่องและพร้อมนำข่าวสารต่อผู้อื่นโดยสอดแทรกความเห็นส่วนตัว จุดประสงค์ส่วนหนึ่งเพื่อแก้ปัญหาให้แก่กลุ่มป้าทุบรถ แต่อีกส่วนหนึ่งก็มุ่งหมายสร้างที่ยืนให้ตนเองเป็นผู้ผดุงความยุติธรรมแก่สังคมออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดอาจถือว่าเป็นไปตามทัศนะของ นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2558) ที่ระบุว่าผู้คนเมืองใหญ่ในโลกปัจจุบันเป็นเหมือน “อะตอม” ซึ่งไร้ซึ่งสายสัมพันธ์ระหว่างกัน เราอาจมีความสัมพันธ์กันหลวมๆ ได้เมื่อมีผลประโยชน์มาเกี่ยวข้องแต่ไม่เคยตั้งรกรากความสัมพันธ์ให้ลึกซึ้งและนำพาไปสู่การช่วยเหลือเกื้อกูลกันในยามลำบากอย่างจริงจัง

(2) การครอบครองและสั่งสมทุนความรู้เพื่อการขยายประเด็นการต่อสู้

นอกจากมีเครือข่ายที่เข้มแข็งแล้ว กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ยังจัดว่าเป็นกลุ่มที่มีทุนวัฒนธรรมระดับดีกล่าวคือมีความรู้ความสามารถในการใช้และสร้างสรรค์สารผ่านสื่อสารดิจิทัลอย่างช่ำชอง ทั้งบนสื่อโซเชียลมีเดีย สื่อเว็บบอร์ด สื่อคลิปวิดิโอ ซึ่งทำให้ตนเองสามารถเผยแพร่ความคิดของกลุ่มออกไปยังช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความคิดในเชิงตรรกะซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้กับความคิดของกลุ่มผู้ไม่เห็นด้วย สุดท้าย มีความรู้เรื่องกฎหมายอันใช้เป็นแหล่งอ้างอิงเพื่อรับมือกับความเห็นของฝ่ายตรงข้าม รายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัล

กลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ไม่เพียงเป็นผู้เสพข่าวสาร หากแต่มีความสามารถในการสร้างสรรค์สารที่สนับสนุนการต่อสู้ของตนเองผ่านสื่อดิจิทัลชนิดต่างๆ ตัวอย่างเช่น การตั้งกระทู้บนเว็บไซต์พันทิปของผู้ใช้ “ป็อบปี้_สวยใสไร้เบรน” ซึ่งนำคอมเมนต์จากผู้ใช้รายอื่นที่อ้างว่ามีประสบการณ์ตรงเคยเจอกับ ป้าทุบรถ เพื่อนำมาสนับสนุนการต่อสู้ของตน



เนื้อหา

#ป้าทุบรถ เอาคอมเมนต์ดีๆ มาแบ่งปันกันค่ะ

จากกรณีสามารถเป็นกรณีตัวอย่างให้กับหลายๆคนได้เลยนะ คือบางทีคนเรายังขาดใต้จิตสำนึกว่าควรทำอะไร ไม่ควรทำอะไร ซึ่งกรณีนี้เทใจให้คุณป้าทั้งสามคนเต็มๆเลยค่ะ คือฟังเหตุผลป้าแล้ว สงสารป้าทั้งสามมากๆ ทนมาได้ยังเกือบปี ซึ่งมันไม่ใช่แค่ป้าคนเดียวที่โดนเหตุการณ์แบบนี้ ยังมีเพื่อนบ้านอีกหลายต่อหลายคนที่โดนกระทำเพราะมักง่ายของคนไทยที่มีนิสัยแบบนี้ แต่งงที่คนในตลาดทำไมถึงได้เกลียดป้ามากขนาดนั้น มีคอมเม้นต์ที่บอกว่าเขาเคยไปจอดรถหน้าบ้านป้า แต่ไม่ใช่หน้าประตู ป้าแกก็ไม่ได้ว่าอะไร ถ้าจอดถูกที่ มีหรอที่ป้าจะไปทำลายสิ่งของเหล่านั้น

(รูปภาพ)

ชื่อผู้โพสต์: XXX

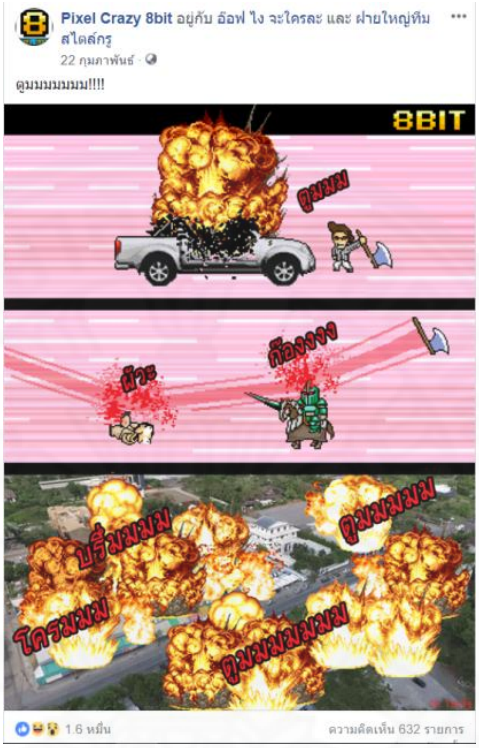
กูก็เคยไปจอดรถตรงหน้าบ้านป้าที่เป็นข่าวนะ เพราะต้องไปทำธุระส่งของแถวนั้น ลงรถไปได้สักพักก็มีคนออกมาจากบ้าน มาบอกว่าหนูช่วยเลื่อนรถหน่อยได้ไหม เดี๋ยวรถเข้า-ออก กูก็ขยับรถมาแต่อยู่แถวกำแพงบ้านป้า ป้าแกก็ไม่ว่าอะไรเลย ขอแค่อย่าจอดขวางประตูทางเข้าหน้าบ้านแกเท่านั้นเอง ไอ้คนที่มีปัญหาคือ คนในตลาด ปากจัดซิบหายแมร่งบอกกูว่าไปยอมอีป้าทำไม จอดไปเลยหน้าบ้านมัน อ้าวอีเชี้ย กูจอดหน้าบ้านกูก็ผิดแล้ว นี่ป้าใจดีไม่เอาเรื่อง แค่บอกช่วยเลื่อนรถไปหน่อยแค่นี้เอง ไม่มีปัญหาอะไร

#ทีมป้า (ประสบการณ์ตรง ป้าใจดี)

ผู้โพสต์ ป็อบปี้_สวยใสไร้เบรน

ภาพที่ 4.109 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป ประจำวันที่ 21 ก.พ.

เทคโนโลยีการสื่อสารปัจจุบันทำให้การผลิตสื่อของประชาชนเกิดขึ้นได้อย่างแพร่หลายและลงทุนต่ำ ดังนั้นเราจึงเห็นกลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ผลิตสื่อสร้างสรรค์ชนิดต่างๆ ที่สื่อสารกับสังคมได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การแปลงเหตุการณ์เป็นภาพการ์ตูนที่สนุกสนานแต่สื่อความหมายสนับสนุนการต่อสู้อย่างตรงไปตรงมา

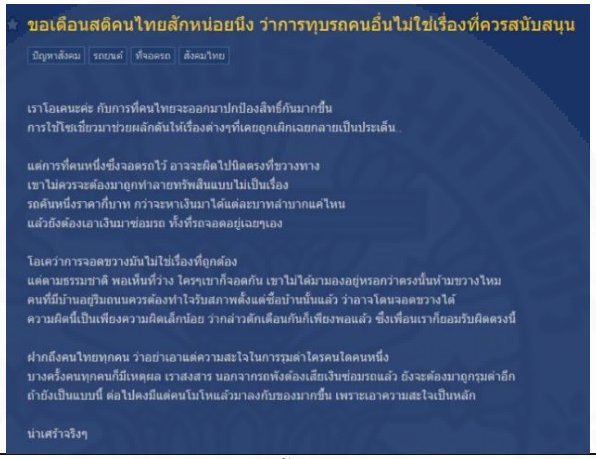


ภาพที่ 4.110 ภาพล้อเลียน หรือ “มีม” จาก Pixel Crazy 8bit วันที่ 22 ก.พ. 2561

ภาพที่ 4.111 ภาพจากเพจ หนังฝังมุก เผยแพร่วันที่ 21 ก.พ. 2561

ข. ความสามารถคิดเชิงตรรกะ

แน่นอนว่าการถกเถียงของกลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ใช้อารมณ์การแสดงความเห็น หากแต่จุดเด่นคือกลุ่มมีความสามารถในการใช้ตรรกะเป็นตัวสนับสนุนความคิดซึ่งทำให้การโต้เถียงฟังมีน้ำหนัก มีเหตุมีผลและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น กระทู้บนเว็บบอร์ดพันทิปที่เพื่อนเจ้าของรถตั้งขึ้นเพื่อเสนอมุมมองให้สังคมเข้าข้างฝั่งตนบ้างแต่กลับยิ่งทำให้สถานการณ์แย่ลง เนื่องจากความเห็นนั้นมีแต่อารมณ์แต่ไม่ได้ใช้เหตุผลช่วยกำกับให้น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ซึ่งกลายเป็นช่องว่างให้กลุ่มผู้สนับสนุนป้าทุบรถสามารถใช้เป็นจุดโจมตีได้



เนื้อหา

ขอเตือนสติคนไทยสักหน่อยนึง ว่าการทุบรถคนอื่นไม่ใช่เรื่องที่ควรสนับสนุน

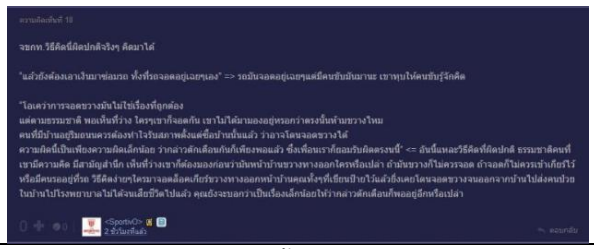
เราโอเคนะค่ะ กับการที่คนไทยจะออกมาปกป้องสิทธิ์กันมากขึ้นการใช้โซเชียวมาช่วยผลักดันให้เรื่องต่างๆ ที่เคยถูกเพิกเฉยกลายเป็นประเด็น แต่การที่คนหนึ่งซึ่งจอดรถไว้ อาจจะผิดไปนิดตรงที่ขวางทาง เขาไม่ควรจะต้องมาถูกทำลายทรัพย์สินแบบไม่เป็นเรื่อง รถคันหนึ่งราคากี่บาท กว่าจะหาเงินมาได้แต่ละบาทลำบากแค่ไหน แล้วยังต้องเอาเงินมาซ่อมรถ ทั้งที่รถจอดอยู่เฉยๆ เอง

โอเคว่าการจอดขวางมันไม่ใช่เรื่องที่ถูกต้องแต่ตามธรรมชาติ พอเห็นที่ว่าง ใครๆ เขาก็จอดกัน เขาไม่ได้มามองอยู่ตลอดหรอกว่าตรงนั้นห้ามขวางไหม คนที่มีบ้านอยู่ริมถนนควรต้องทำใจรับสภาพตั้งแต่ซื้อบ้านหลังนั้นแล้ว ว่าอาจโดนจอดขวางได้ ความผิดนี้เป็นเพียงความผิดเล็กน้อย ว่ากล่าวตักเตือนกันก็เพียงพอแล้ว ซึ่งเพื่อนเราก็ยอมรับผิดตรงนี้

ฝากถึงคนไทยทุกคน ว่าอย่าเอาแต่ความสะใจในการรุมด่าใครคนหนึ่ง บางครั้งคนทุกคนก็มีเหตุผล เราสงสาร นอกจากรถพังต้องเสียเงินซ่อมรถแล้ว ยังจะต้องมาถูกรุมด่าอีก ถ้ายังเป็นแบบนี้ต่อไปคงมีแต่คนโมโหแล้วลงกับของมากขึ้น เพราะเอาความสะใจเป็นหลัก

น่าเศร้าจริงๆ

ภาพที่ 4.112 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป ประจำวันที่ 20 ก.พ. 2561



เนื้อหา

จขกท.วิธีคิดนี่ผิดปกติจริงๆ คิดมาได้

“แล้วยังต้องเอาเงินมาซ่อมรถ ทั้งที่รถจอดอยู่เฉยๆ เอง” => รถมันจอดอยู่เฉยๆแต่มีคนขับมันมานะ เขาทุบให้คนขับรู้จักคิด

“โอเคว่าการจอดขวางมันไม่ใช่เรื่องที่ถูกต้องแต่ตามธรรมชาติ พอเห็นที่ว่าง ใครๆ เขาก็จอดกัน เขาไม่ได้มามองอยู่ตลอดหรอกว่าตรงนั้นห้ามขวางไหม คนที่มีบ้านอยู่ริมถนนควรต้องทำใจรับสภาพตั้งแต่ซื้อบ้านหลังนั้นแล้ว ว่าอาจโดนจอดขวางได้ ความผิดนี้เป็นเพียงความผิดเล็กน้อย ว่ากล่าวตักเตือนกันก็เพียงพอแล้ว ซึ่งเพื่อนเราก็ยอมรับผิดตรงนี้” <= อันนี้แหละวิธีคิดที่ผิดปกติ ธรรมชาติคนที่เขามีความคิด มีสามัญสำนึก เห็นที่ว่างเขาก็ต้องมองก่อนว่ามันหน้าบ้านขวางทางออกใครหรือเปล่า ถ้ามันขวางก็ไม่ควรจอด ถ้าจอดก็ไม่ควรเข้าเกียร์ไว้หรือมีคนรออยู่ที่รถ วิธีคิดง่ายๆใครมาจอดล็อคเกียร์ขวางทางออกหน้าบ้านคุณทั้งๆที่เขียนป้ายไว้แล้วยิ่งเคยโดนจอดขวางจนออกจากบ้านไปส่งคนป่วยในบ้านไปโรงพยาบาลไม่ได้จนเสียชีวิตไปแล้ว คุณยังจะบอกว่าเป็นเรื่องเล็กน้อยให้ว่ากล่าวตักเตือนก็พออยู่อีกหรือเปล่า

ภาพที่ 4.113 กระทู้บนเว็บไซต์พันทิป วันที่ 20 ก.พ. 2561

จากภาพประกอบด้านบน เห็นได้ว่าเจ้าของกระทู้ได้นำเสนอความคิดที่ “ผิดหลักตรรกะ” ของคนทั่วไป เช่น “ตามธรรมชาติ พอเห็นที่ว่าง ใครๆ เขาก็จอดกัน” หรือ “คนที่มีบ้านอยู่ริมถนนควรทำใจรับสภาพตั้งแต่ซื้อบ้านนั้นแล้ว” ความคิดเช่นนี้เป็นสิ่งที่ค้านกับความคิดเชิงตรรกะของคนทั่วไปและทำให้กลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ใช้เป็นช่องว่างในการโต้กลับได้

ค. ความรู้เรื่องกฎหมาย

แฟลตฟอร์มดิจิทัลนั้นเป็นแหล่งรวมของเหล่ามืออาชีพผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ดังนั้นจึงมีกลุ่มผู้สนับสนุน ป้าทุบรถ ที่มีความรู้ทางด้านกฎหมาย เช่น เพจทนายคู่ใจ ซึ่งดำเนินการโดยผู้ประกอบวิชาชีพทนายความมาเข้าร่วมการต่อสู้ด้วย คนธรรมดากลุ่มนี้เข้ามาร่วมการต่อสู้ด้วยการนำเสนอข้อมูลเชิงกฎหมายเพื่อบ่งบอกว่าการกระทำของ ป้าทุบรถ ชอบด้วยกฎหมายและสมควรได้รับการสนับสนุนจากสังคม

ภาพที่ 4.114 ส่วนหนึ่งจากโพสต์เพจทนายคู่ใจ วันที่ 20 ก.พ. 2561 พูดถึงกฎหมายและบทลงโทษที่เกี่ยวข้องกับการจอดรถขวางหน้าบ้านผู้อื่น

จากภาพข้างต้นจะเห็นว่าเพจ "ทนายคู่ใจ" นำเสนอข้อมูลเชิงกฎหมายทั้งจากพระราชบัญญัติการจราจรทางบก ประมวลกฎหมายอาญา และประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เพื่อชี้ว่าผู้จอดรถขวางหน้าบ้านมีความผิดอย่างไรบ้าง ซึ่งสอดคล้องกับการต่อสู้ของกลุ่มหัวหอก คือ ป้าทุบรถ ที่พยายามใช้ความรู้ด้านกฎหมายสร้างความชอบธรรมให้แก่การต่อสู้ของตนเอง

4.4.1.3 กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักเป็นกลุ่มสุดท้ายที่เข้าร่วมการต่อต้านโดยหลังจากที่ประเด็นข่าวถูกถ่ายทอดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักจับประเด็นเหล่านั้นและขยายเป็นข่าวสารบนช่องทางของตนเอง ทั้งนี้ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักมี "ทุน" ที่เหนือกว่ากลุ่มอื่นคือ ทุนด้านสัญลักษณ์ หรือชื่อเสียงและความมีหน้ามีตาในสังคมเนื่องจากเป็นสถาบันการสื่อสารที่ก่อตั้งมานาน เป็นที่รู้จักของผู้คนทั่วไป นอกจากนั้นกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักยังมีทุนความรู้ด้านการรายงานข่าวตามมาตรฐานวิชาชีพดังแจกแจงได้ต่อไปนี้

(1) การครอบครองและสั่งสมทุนชื่อเสียงเพื่อรับรองการต่อสู้

สื่อมวลชนกระแสหลักนั้นเป็นองค์กรธุรกิจที่ก่อตั้งอย่างเป็นทางการ ถูกคาดหวังจากสังคมให้มีความรับผิดชอบ มีจริยธรรมวิชาชีพ มีจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความเป็นมืออาชีพ ดังนั้นจึงได้รับความเชื่อถือจากสังคมว่าจะนำเสนอข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์แก่สังคม กลายเป็น "ทุนสัญลักษณ์" ที่สื่อมวลชนกระแสหลักมีเหนือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐซึ่งถือเป็นหนึ่งในสำนักข่าวกระแสหลักก่อตั้งแต่ปี 2492 และปัจจุบันมียอดจำหน่ายสูงที่สุดในประเทศไทย ได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านอย่างมาก

เมื่อสื่อมวลชนกระแสหลักนำเสนอข่าว ป้าทุบรถ แล้วก็เป็นเหมือนการ "ประทับตรา" ข่าวเรื่องนี้เป็นกระแสสังคม มีสาระควรค่าแก่การติดตาม และเป็นการกำหนดวาระ (agenda setting) ให้ทั้งสังคมมุ่งความสนใจมาที่ประเด็นข่าวนี้

(2) การครอบครองและสั่งสมทุนความรู้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ข้อมูล

แม้การรายงานข่าวบนพื้นที่ออนไลน์ด้านหนึ่งอาจมีความฉับไวต่อเหตุการณ์และให้ความรู้สึก "ไม่มีการเซนเซอร์" สมจริงและเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า แต่จุดอ่อนคือข้อมูลเหล่านั้นยังไม่ผ่านการคัดกรองจากผู้มีประสบการณ์ในการรายงานข่าวอย่างมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถ มีทรัพยากรและชื่อเสียงพอที่จะขุดคุ้ยประเด็นข่าวเหล่านั้นเพื่อพิสูจน์ความจริงหรือหาข้อมูลเพิ่มเติม

ความรู้ด้านการทำข่าวของสื่อสารมวลชนกระแสหลักเป็นตัวแปรสำคัญอันช่วยให้ข้อมูลในประเด็นข่าวสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเนื่องจากนักข่าวไม่เพียงมีบทบาทเป็น "ผู้เล่าเรื่อง" ตามเรื่องราวที่กลุ่มป้าทุบรถ บอกเล่าเท่านั้นแต่ยังเป็น "ผู้ถาม" ที่ช่วยให้เรื่องราวกระจ่างชัด ปราศจากข้อสงสัย และถูกนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับการคิดต่อของสังคมออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของสื่อมวลชนกระแสหลักยังเป็นหลักประกันที่ช่วยให้นักข่าวสามารถเข้าสัมภาษณ์กลุ่มป้าทุบรถ เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิอื่นๆ ที่อาจยังไม่เคยถูกบอกเล่ามาก่อนอีกด้วย

4.4.2 การแลกเปลี่ยนและการกระจายทุน

เมื่อพิจารณาถึงทุนทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วจะพบว่า นอกจากการสั่งสมทุนแล้ว กลุ่มผู้ต่อต้านยังต้องแลกเปลี่ยนทุนที่อยู่ภายในกลุ่มก้อนของตนเอง และกระจายทุนให้ทั่วถึงฝ่ายของตนเองเพื่อเสริมอำนาจให้แก่กันและกัน สอดคล้องกับที่ Bourdieu กล่าวไว้ว่า ปัจเจกชนผู้กระทำการย่อมต่อสู้เพื่อรักษาและกระจายทุนสู่กลุ่มของตน (Lyon University Presses, 2000) ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้ว พบลักษณะการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนเป็นช่วงดังต่อไปนี้

ช่วงแรก: การแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มก้อนของตนเอง

ก่อนที่กลุ่มผู้ต่อต้านแต่ละกลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ และกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก สมาชิกภายในกลุ่มนั้นล้วนแล้วแต่ผ่านการแลกเปลี่ยนทุนกันเองภายในกลุ่มก้อนอย่างเข้มข้นดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ นำเอาทุนเศรษฐกิจของตน อันได้แก่ ทรัพย์สิน ความร่ำรวย ไปแลกเปลี่ยนเป็น ทุนวัฒนธรรมหรือความรู้ เช่น การจ่ายเงินเพื่อซื้อหนังสือด้านกฎหมายมาศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม หรือการจ่ายค่าเดินทางและค่าธรรมเนียมการดำเนินคดีของศาลก็เพื่อเรียนรู้อุบายในการต่อสู้ที่ได้ผล จ่ายเงินทำป้ายขนาดใหญ่ติดหน้าบ้านเพื่อเรียนรู้วิธีการใช้สื่อชนิดต่างๆ หลักจากสะสมทุนวัฒนธรรมได้ระดับหนึ่งแล้ว กลุ่มป้าทุบรถ ก็นำความรู้เหล่านี้ส่งต่อให้แก่เหล่าเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่า เกิดเป็นการสร้างสายสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นซึ่งเป็นทุนสังคมต่อไป

กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ ทุนตั้งต้นของคนธรรมดากลุ่มนี้คือ ทุนสังคม ซึ่งเกิดจากระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์อันดึงดูดให้ผู้คนเข้ามารวมตัวกันบนพื้นที่ดิจิทัล และเพื่อให้ตนเองมีที่ทางในสังคมออนไลน์ คนธรรมดาซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านหนึ่งด้านใดเฉพาะ พร้อมจะใช้ ทุนวัฒนธรรม หรือความรู้ของตนเองเพื่อมาแลกเปลี่ยนเอาทุนสังคมจากพื้นที่ออนไลน์ไป เมื่อสะสมเครือข่ายผู้ติดตามได้ระดับหนึ่งแล้ว กลุ่มคนธรรมดาที่มีผู้ติดตามจำนวนมากจะเปลี่ยนเครือข่ายเหล่านี้ให้กลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ หรือกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) เพื่อสร้างหน้าเพจของตนเองและดึงดูดผู้ติดตามรายอื่นๆ ให้เข้ามาเป็นสมาชิกต่อไป

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ทุนตั้งต้นของกลุ่มนี้คือ ทุนวัฒนธรรมและทุนเศรษฐกิจเพราะกลุ่มสื่อสารมวลชนนั้นมีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ของการรายงาน ขณะเดียวกันก็ยังมีเงินทุนมากเพียงพอจัดตั้งองค์กรสื่อขึ้นอย่างเป็นทางการ ทุนทั้งสองนี้ถูกแลกเปลี่ยนกลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ ซึ่งตามทัศนะของ Bourdieu แล้วการเป็นสถาบันแบบทางการ (formal institutional) นั้นถือเป็นทุนสำคัญที่ทำให้บทบาทของคนกลุ่มนั้นเป็นที่ยอมรับแก่สังคม เช่น การเป็นสื่อมวลชนที่จัดตั้งเป็นองค์กรมหาชน เป็นองค์กรสื่อที่ดำเนินกิจการมายาวนาน หรือองค์กรสื่อที่ได้รับความเชื่อถือจากสาธารณะ

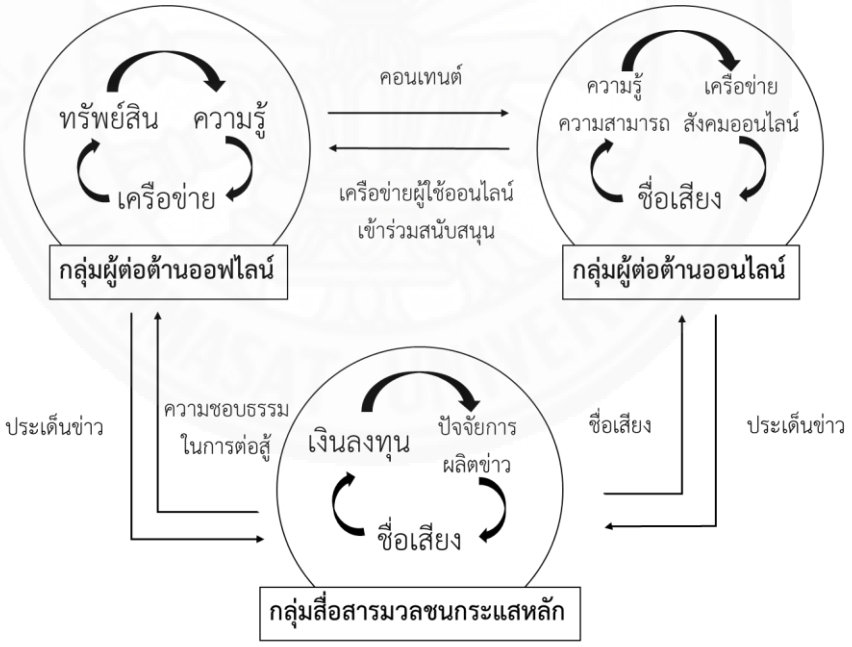
ช่วงสอง: การกระจายทุนระหว่างกลุ่มผู้ต่อต้าน

เมื่อเหตุการณ์ถึงจุดสุกงอม กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ซึ่งพร้อมเปลี่ยนชีวิตประจำวัน (everyday life) ให้กลายเป็นสถานการณ์อัน “ไม่ปกติ” เพื่อต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างก็เริ่มใช้ ทุนวัฒนธรรมหรือความรู้และประสบการณ์อันได้จากการต่อต้านนับ “10ปี” เพื่อสร้างอุบาย (เช่น การทุบรถ การผรุสวาท ฯลฯ) เพื่อนำไปแลกเปลี่ยนกับ ทุนสังคมหรือเครือข่ายความสัมพันธ์ซึ่งเป็นทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์ ณ จุดนี้เครือข่ายผลประโยชน์ระหว่างสองกลุ่มเริ่มถักทอขึ้น เนื่องจากกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ นำโดยกลุ่มป้าทุบรถ ก็สามารถยึดครองพื้นที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็น

ของตนได้ ขณะที่กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ก็ใช้ทุนความรู้และเรื่องราวของกลุ่มป้าทุบรถเพื่อนำเสนอบนสื่อของตน สร้างความนิยมและกระแสให้แก่ตนเอง

เมื่อเรื่องราวของ ป้าทุบรถ ถูกนำเสนอผ่านพื้นที่ออนไลน์จนกลายเป็นกระแส ก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักจึงเริ่มให้ความสนใจและนำเอา ทุนสัญลักษณ์หรือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชนมาแลกเปลี่ยนกับทุนวัฒนธรรมหรือเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับกรณีข่าว ป้าทุบรถ ของทั้งกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์และออฟไลน์ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนทุนระหว่างกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักกับกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์และออนไลน์นั้นเป็นกระบวนการที่เกิดกลับไปกลับมาและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดการเคลื่อนไหว เช่น ร่วมแถลงข่าว ป้าทุบรถ ที่หน้าบ้าน การเชิญกลุ่มป้าทุบรถ ออกรายการทีวี หรือการลงพื้นที่ทำสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับเหตุการณ์ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่นำพาการต่อสู้ไปสู่ความสำเร็จ

ผู้วิจัยอาจสรุปการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสามกลุ่มได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

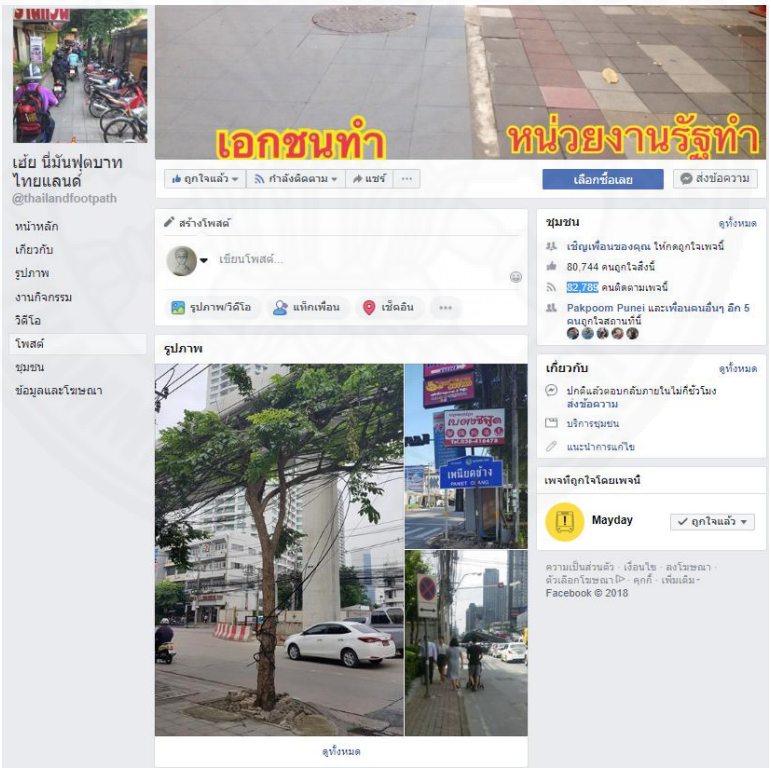


ภาพที่ 4.115 สรุปการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสามกลุ่ม

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 5
“ฟุตบาทไทยแลนด์” กับอุบายปากต่อปากบนสื่อดิจิทัลเพื่อแก้ปัญหา

สำหรับบทที่ 5 ผู้วิจัยเลือกหยิบกรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” หรือ Thailand footpath ซึ่งเป็นหน้าเพจหนึ่งบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ค (Facebook) ที่ผู้ดูแลหรือแอดมิน (Admin) ก่อตั้งขึ้นกว่า 2 ปี (เริ่มโพสต์ครั้งแรกราว 20 สิงหาคม 2559) เพื่อ “นำเสนอฟุตบาท (ฟุตปาธ) ในกทม. และที่อื่นๆ ช่วยกันแชร์ แจ้งภาพ ทำให้สังคมดีขึ้น” (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562) ตามที่ระบุไว้ในหน้า “เกี่ยวกับ” ปัจจุบันเพจมีผู้ติดตามกว่า 82,789 ผู้ใช้ (บันทึกข้อมูลวันที่ 30 ตุลาคม 2561) และยังคงนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเดือดร้อนจากการใช้ทางสาธารณะของคนในเมืองใหญ่ เช่น ทางบาทวิถี ทางม้าลาย ทางเดินคนพิการ ป้ายรถสาธารณะ โดยมุ่งหมายที่จะวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของภาครัฐและเน้นขับเคลื่อนให้เกิดการแก้ปัญหาในพื้นที่



ภาพที่ 5.1 ตัวอย่างเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

เหตุผลในการเลือกกรณีศึกษาของวิจัยสามารถแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

1. การต่อสู้ของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีการรวมตัวกันนานพอสมควรคือประมาณ 2 ปีจึงมีข้อมูลมากเพียงพอให้ผู้วิจัยนำไปศึกษาได้อย่างรอบด้าน

2. กรณีศึกษานี้เป็นการขับเคลื่อนบนโลกดิจิทัลอย่างเข้มข้นเนื่องจากใช้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊คเป็นหลักก่อนที่ข่าวสารจะกระจายตัวต่อไปยังเว็บไซต์ข่าวกระแสหลักและสื่อบนโลกดิจิทัลอื่นๆ

3. สามารถมองเห็นกระบวนการก่อรูปและต่อสู้ของ “อุบาย” ของฝ่ายคนธรรมดาและ “ยุทธศาสตร์” จากฝั่งโครงสร้างผ่านโพสต์ข่าวสารต่างๆ ที่ถูกนำเสนอในหน้าเพจ ซึ่งตรงกับโจทย์ของผู้วิจัยที่ต้องการพิสูจน์กระบวนการสร้างอุบาย และกระบวนการต่อสู้ระหว่างอุบายและยุทธศาสตร์ว่าเป็นอย่างไร

4. ผลสำเร็จของกรณีศึกษาคือการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตรงหน้าไปได้ซึ่งอาจถือเป็นความสำเร็จในระดับปัจเจกชน (individual-level success) กล่าวคือการเรียกร้องในบางกรณีทำให้ภาครัฐต้องหันมาให้ความสนใจและลงพื้นที่แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามการเรียกร้องผ่านสื่อดิจิทัลในกรณีนี้ยังไม่สามารถผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายหรือกลายเป็นกระแสสังคมขนาดใหญ่ได้จึงไม่อาจถือว่าสำเร็จในระดับสังคม (social-level success) คือสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง อย่างในกรณี ป้าทุบรถ ในบทที่ 4 ได้

การวิเคราะห์กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ซึ่งเลือกมาเพื่อเป็นตัวแทนการต่อสู้ของคนธรรมดาที่ประสบความสำเร็จในระดับปัจเจก (individual-level success) กล่าวคือสำเร็จในการผลักดันให้หน่วยงานรัฐเข้ามาแก้ปัญหาความเดือดร้อนบนท้องถนนให้คลี่คลายออกไปได้

ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์เนื้อหาออกเป็น 4 หัวข้อดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาเบื้องต้นและการใช้สื่อ - ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการใช้สื่อแต่ละชนิดก่อนเริ่มก่อตั้งเพจ การใช้สื่อเพื่อผลักดันเรื่องความเดือดร้อนบนฟุตบาท และผลสำเร็จของการต่อสู้

2. อุบายและยุทธศาสตร์ - ประกอบด้วย อุบายของกลุ่มมีอำนาจน้อย และยุทธศาสตร์ของกลุ่มผู้มีอำนาจมากกว่า

3. การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล-ประกอบด้วย กลุ่มผู้กระทำการ ลักษณะการเคลื่อนไหว อุบายการสร้างสรรค์สาร และจุดมุ่งหมายในการสื่อสารเพื่อขับเคลื่อนประเด็น

4. สถานะและอำนาจของกลุ่มมีอำนาจน้อยกว่า - ประกอบด้วย ทุนวัฒนธรรม ทุนสัญลักษณ์ ทุนสังคม และทุนเศรษฐกิจ

องค์ประกอบทั้ง 4 หัวข้อเมื่อนำมาวิเคราะห์ประกอบกันจะทำให้ผู้วิจัยมองเห็นภาพใหญ่ของอุบายการต่อสู้ของคนธรรมดาในยุคดิจิทัลโดยการใช้สื่อใหม่เป็นเครื่องมือการสื่อสารหลักใน

Ref. code: 25615807300040CHL

การต่อสู้ ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จทางการต่อสู้ที่สามารถแก้ไขปัญหาระดับปัจเจกไปได้แต่อาจไม่มีพลังมากพอในการสร้างกระแสวิพากษ์วิจารณ์สังคมในวงกว้างจนทำให้หน่วยงานรัฐบาล (โครงสร้าง) ต้องเคลื่อนไหวในระดับนโยบาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (in-depth interview) แอดมินเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เพื่อค้นหาว่าคนที่มีอำนาจน้อยกว่ามีประสบการณ์การใช้สื่ออย่างไร สร้างสรรค์อุบายอะไรและอย่างไร ผ่านตัวกลางสื่ออะไร ระดมพลังจากผู้ใช้งานบนโลกดิจิทัลอย่างไร และมีต้นทุนในการต่อสู้เพียงใด จึงสามารถผลักดันให้ปัญหาความเดือดร้อนบนฟุตบาทได้รับการแก้ไขปัญหาไปได้

5.1 ความเป็นมาเบื้องต้นและการใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ ของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ก่อน-หลังการก่อตั้งเพจ และผลสำเร็จของการต่อสู้

ผู้วิจัยทบทวนแนวคิดจาก Michel de Certeau (1987) ที่ว่าในช่วงเวลาปกติ อำนาจของโครงสร้างจะกดทับคนธรรมดาผู้มีอำนาจน้อยในสังคมให้ตกเป็นผู้เสียเปรียบหรือถูกเอารัดเอาเปรียบอยู่เพียงฝ่ายเดียว แต่จะมีช่วงเวลาหนึ่งซึ่งเป็นช่วงเวลาที่โครงสร้างเผอเรอและหย่อนยานในการใช้อำนาจกดทับ ช่วงเวลานั้นคนธรรมดาสามารถใช้อุบายเพื่อพลิกสถานการณ์จากผู้เสียเปรียบการเป็นผู้ได้เปรียบทางการต่อสู้แทน ซึ่งช่วงเวลานั้นเป็นจุดเปลี่ยน (turning point) ที่นักวิจัยสนใจศึกษา อย่างไรก็ตาม การสร้างจุดเปลี่ยนนั้นไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญหากแต่กลุ่มผู้มีอำนาจน้อยต้องอาศัยการสั่งสมประสบการณ์ทดลองใช้เครื่องมือสื่อสารในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นประโยชน์ในการสร้างสรรค์ ขับเคลื่อนอุบายให้กลายเป็นที่สนใจของสังคม

James C. Scott (1985) ระบุว่าการต่อสู้ของเหล่าคนธรรมดาเหมือนก้อนกรวดในทะเลที่เริ่มกลิ้งและสะสมกลุ่มผู้ต่อต้านจนกลายเป็นพลังที่สามารถขัดจังหวะการใช้อำนาจของฝ่ายโครงสร้างได้ เช่นเดียวกับการเคลื่อนไหวของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ที่ในระยะแรกมีเพียงแอดมินเป็นตัวตั้งตัวตีในการขับเคลื่อนประเด็นความเดือดร้อนบนฟุตบาท แต่เมื่อประเด็น “จุดติด” จนดึงดูดกลุ่มผู้ติดตาม (followers) ให้แก่เพจ กลุ่มผู้ติดตามเหล่านั้นจะกลายเป็นพลังที่จะแพร่กระจายอุบายของกลุ่มเพื่อกดดันให้โครงสร้างที่มีอำนาจมากกว่าต้องเข้าขึ้นมาแก้ปัญหา อย่างไรก็ตาม ความรู้เรื่องการใช้สื่อยังคงเป็นความรู้สำคัญที่ช่วยกลุ่มให้สามารถขับเคลื่อนประเด็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มากกว่านั้นยังช่วยกลุ่มดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและมองหาประเด็นใหม่ๆ เพื่อรักษาสถานะความเป็นกลุ่มก้อนต่อไปได้

เอกลักษณ์ของกรณีศึกษานี้เมื่อเปรียบเทียบกับกรณี ป้าทุบรถ มีอย่างน้อย 3 ประการ

หนึ่ง เป็นการเคลื่อนไหวที่เริ่มและจบลงบนโลกดิจิทัลเป็นส่วนใหญ่ ไม่ค่อยได้ใช้สื่อสารมวลชนประเภทอื่นมาร่วมในการรณรงค์

สอง ไม่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบายหรือเชิงโครงสร้างสังคมได้ บางกรณีสร้างความเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกชนคือการปัดเป่าปัญหาตรงหน้าออกไปได้

สาม เพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ดำเนินการผ่านแอดมินและกลุ่มผู้เข้าร่วมซึ่งเป็นบุคคลผู้ปกปิดอัตลักษณ์ของตนเอง (anonymous) ซึ่งตรงข้ามกับกรณีของ ป้าทุบรถ ที่เปิดเผยตัวตนต่อสังคม

เพื่อตอบโจทย์ว่ากลุ่มถูกสร้างขึ้นได้อย่างไร ขับเคลื่อนประเด็นปัญหาความเดือดร้อนบนฟุตบาทได้อย่างไร และดำรงรักษาความเป็นกลุ่มต่อเนื่องมากว่า 2 ปีได้อย่างไร ผู้วิจัยแบ่งเหตุการณ์ออกเป็นสองช่วงคือ ก่อนการก่อตั้งเพจ และหลังการก่อตั้งเพจ พร้อมแสดงภาพอำนาจของผู้ได้ประโยชน์และผู้เสียประโยชน์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอในแต่ละช่วงเวลา ความสำเร็จของการต่อสู้ในแต่ละช่วงเวลา รวมถึงชี้ให้เห็นว่า บริบท (context) ใดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยอุบายแบบปากต่อปากผ่านสื่อชนิดต่างๆ อย่างมีนัยยะสำคัญ

5.1.1 ระยะที่หนึ่ง: ก่อนการก่อตั้งเพจ

การต่อสู้เกี่ยวกับพื้นที่บนบาทวิถีแต่เดิมนั้นเป็นมักเป็นหัวข้อที่หน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชนนำเสนอเป็นข้อมูล ซึ่งองค์กรเอกชนมักกล่าวถึงกฎ กติกาและมารยาทในการใช้บาทวิถี เช่น สมาคมส่งเสริมความปลอดภัยและอนามัยในการทำงาน (2019) ที่เผยแพร่บทความวิธีการเดินถนน การข้ามถนน และการใช้ทางม้าลายอย่างถูกวิธีและปลอดภัย ขณะที่หน่วนงานของรัฐบาลอย่างสำนักงานกองทุนสร้างเสริมและสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) มักกล่าวถึงบทลงโทษของผู้ฝ่าฝืนใช้บาทวิถีผิดกฎหมาย เช่น การระบุว่า “การจอดรถบนทางเท้า กฎหมายห้ามจอด และมีโทษปรับสูงสุด 5,000 บาท ตาม พ.ร.บ.รักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535” เป็นต้น

น่าสังเกตว่าการเรียกร้องในประเด็น สิทธิของผู้ใช้บาทวิถี นั้นมักไม่ปรากฏในการนำเสนอของหน่วยงานราชการหรือองค์กรเอกชน แต่กลับปรากฏในการรายงานของนักวิชาการ เช่น บทความของ บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ เรื่อง “บาทวิถี” วิถีบริโภคและวิถีชีวิต (ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย, 2015) เนื้อหาว่า บาทวิถีซึ่งควรเป็นสถานที่เดินเท้าของคนทั่วไปกลับกลายเป็นตลาดสำหรับหาประโยชน์จากกลุ่มนายทุนและการผ่อนปรนของภาครัฐมีแต่ทำให้ปัญหาหนักขึ้นเรื่อยๆ อย่างไม่มีทางแก้ไข หรือกรณีที่ ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2015) เขียนบทความเรื่องสิทธิและการต่อรองในการใช้พื้นที่บนท้องถนน นั้นย้ำชัดว่าการเรียกร้องให้บาทวิถีและท้องถนนเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับประชาชนทุกคนถือเป็นสิทธิที่พึงกระทำและทุกคนควรร่วมกันรณรงค์ดังข้อความต่อไปนี้

การจะทำให้ถนนปลอดภัยสำหรับผู้คน ไม่ว่าจะเป็นนักปั่น ซาเล้ง หรือกลุ่มคนผู้เปราะบางประเภทอื่นๆ จึงเป็นเรื่องการต่อสู้ให้ได้มาซึ่งสิทธิในการใช้พื้นที่บนท้องถนน ไม่ใช่การขอความเมตตา การแบ่งปัน หรือความเห็นอกเห็นใจจากผู้ขับขี่รถยนต์ ที่วัฒนธรรมความประมาทในการขับขี่รถยนต์เกิดขึ้นและพัฒนาขึ้นมาจากอำนาจผูกขาดพื้นที่ถนนมาโดยตลอดนั่นเอง (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2015)

สรุป เห็นได้ว่าการต่อสู้ประเด็นเรื่องบาทวิถีก่อนการก่อตั้งเพจนั้นมีสองวิถีทาง หากเป็นการเผยแพร่โดยหน่วยงานรัฐหรือองค์กรเอกชนจะนำเสนอถึงประเด็นเรื่องกฎข้อบังคับในการใช้พื้นที่ท้องถนนหรือสอนวิธีการใช้พื้นที่ถนนอย่างปลอดภัยและถูกวิธี ขณะที่ฝ่ายนักวิชาการมองเห็นว่าการลิดรอนสิทธิการใช้พื้นที่บาทวิถีของคนเดินถนนเป็นเรื่องไม่ถูกต้องและประชาชนควรลุกขึ้นต่อสู้กับเรื่องนี้

5.1.2 ระยะที่สอง: หลังการก่อตั้งเพจ

ตามความคิดของ Michel de Certeau (1987) และที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมจากการวิเคราะห์บทที่ 4 กรณีศึกษา ป้าทุบรถ แล้ว การต่อสู้ของคนธรรมดาจะประสบความสำเร็จไปไม่ได้หากมิอาจสร้าง “จังหวะและโอกาสในช่วงเวลาอันไม่ปกติของสังคม” เช่นเดียวกับที่ James C. Scott (1985) ระบุเพิ่มว่าการเกิดขึ้นของ “จังหวะและโอกาส” นั้นไม่ได้มาจากความบังเอิญเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องเกิดจากการสร้างสรรค์แผนการอันแยบคายผ่านประสบการณ์การต่อสู้ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ก่อนหน้านี้

สำหรับกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เห็นได้ว่าแอดมินเพจเองจำต้องอาศัย “ความบังเอิญ” เข้ามาเป็นจุดเริ่มต้นในการต่อสู้ เพื่อยกระดับเหตุการณ์ขึ้นมาเป็นการขับเคลื่อนประเด็นปัญหา (เช่น กรณีของบทที่ 4 ป้าทุบรถ การที่กระบะมาจอดขวางหน้าบ้านเป็นความบังเอิญ แต่การนำ “ขวานทุบรถ” คือการกระทำด้วยเจตนาที่เปลี่ยนความบังเอิญให้กลายเป็น “จังหวะและโอกาส” อันนำไปสู่การขับเคลื่อนประเด็น) สิ่งที่แอดมินทำคือการรวบรวมเหตุการณ์ที่ “บังเอิญ” อันเกิดขึ้นจากหลากหลายสถานที่ หลากหลายโอกาสเพื่อเปลี่ยนความบังเอิญเหล่านั้นให้กลายเป็น “จังหวะและโอกาส” ที่จะชี้ให้คนทั่วไปมองเห็นว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นความไม่ปกติ เป็นความไม่เป็นธรรม และเป็นสิ่งที่คนธรรมดาต้องเข้ามาช่วยแก้ไขผ่านสื่อที่ตนมีตัวอย่างเช่นภาพต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 5.2 เพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากภาพจะเห็นว่า “ความบังเอิญ” คือเหตุการณ์ที่มอเตอร์ไซค์ขับรถบนทางเท้าของ “ปากซอยซอยลาดพร้าว 32 หน้าหมู่บ้านแลนด์มาร์ค” *(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)* ความบังเอิญในที่นี้หมายถึงการเกิดขึ้นของการขับขี่บนทางเท้านี้เป็นไปโดยธรรมชาติ ไม่มีการจัดฉากหรือบังคับให้เกิดขึ้น หากแต่สิ่งที่ไม่บังเอิญคือการถ่ายรูปและหยิบยกเอาภาพนี้ขึ้นมานำเสนอบนเพจของสื่อโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊คพร้อมแคปชั่น “ขับแบบสบายใจ ไม่แคร์ป้าย!! #เฮ้ยนี้มันฟุตบาทไทยแลนด์” ความตั้งใจของแอดมินเพจนี้ได้แปรเปลี่ยนให้เหตุการณ์ที่ดูเหมือนปกติและบังเอิญเกิดขึ้นนี้กลายเป็น “จังหวะและโอกาส” ที่จะระดมพลังจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตคนอื่นๆ เพื่อขับเคลื่อนประเด็นไปสู่ความเปลี่ยนแปลง

แน่นอนว่าประเภทเทคโนโลยีสื่อสารที่ใช้สำหรับการผลักดันประเด็นในระยะนี้ปรากฏใน 2 ประเภทคือสื่อดิจิทัลและสื่อกิจกรรมเท่านั้น ซึ่งหากเทียบกับกรณีศึกษา ป้าทุบรถ ในบทที่ 4 แล้วอาจไม่หลากหลายเทียบเท่า แต่หากวัดในด้านของ “รูปแบบการนำเสนอ” แอดมินเพจมีการนำเสนอที่แตกต่างและหลากหลายยิ่งกว่า ผ่านการสร้างสรรค์เนื้อหาหรือคอนเทนต์ (content) ที่สร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ

คอนเทนต์เป็นส่วนประกอบสำคัญที่แอดมินใช้เป็นเครื่องมือในการแสดงความเห็นที่เปลี่ยนภาพเหตุการณ์อันดูเหมือนปกติให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ” และกลายเป็นจังหวะและโอกาสที่สะกิดให้ผู้ใช้คนอื่นมองเห็นความสำคัญของปัญหาและกลายมาเป็นผู้สนับสนุนการต่อสู้

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าประสบการณ์สร้างสรรค์คอนเทนต์ของแอดมินปรากฏให้เห็น 4 ส่วน คือ หนึ่ง ข้อความในภาพ (caption in picture) สอง สีของตัวอักษร (colour) สาม คำบรรยายภาพ (caption) และสี่ ภาพประกอบ (picture) ดังนำเสนอต่อไปนี้

5.1.2.1 ข้อความในภาพ (Caption in Picture)

จากการสังเกตของผู้วิจัย ข้อความในภาพทำหน้าที่สำคัญหลายประการดังต่อไปนี้

หนึ่ง เพื่อแสดงความเห็นของแอดมินเพจและติดตั้งมุมมองใหม่ให้แก่ผู้ใช้

อย่างที่กล่าวไปข้างต้น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในภาพนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของกลุ่มคนธรรมดาแต่เหตุผลที่คนธรรมดามองไม่เห็นว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นปัญหาเพราะยุทธศาสตร์ของกลุ่มโครงสร้างผู้มีอำนาจพรางตาไว้ (ดังที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เรื่องยุทธ์ศาสตร์ของกลุ่มโครงสร้างไว้ในบทที่ 4) ดังนั้น เพื่อติดตั้งมุมมองใหม่ให้แก่ผู้ใช้มองสิ่งที่เกิดในชีวิตประจำวันเหล่านี้ให้เป็น “ความผิดปกติ” ที่คนธรรมดาต้องลุกขึ้นต่อสู้เพื่อเรียกร้องสิทธิของตนแล้ว แอดมินจึงแสดงความเห็นเข้าไปในรูปภาพด้วยข้อความต่างๆ เช่น

ภาพที่ 5.3 ภาพที่แสดงให้เห็น “ความไม่ปกติ” อันต่อต้านยุทธศาสตร์ของราชการ (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากภาพทั้งสาม เห็นได้ว่าหากมองเผินๆ คนธรรมดาอาจมองเห็นเป็นภาพชินตา เป็นเรื่อง “น่ารำคาญแต่ก็ต้องจำทน” เนื่องจากถูกการกดทับจากยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างทำให้คิดว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้น แต่ข้อความของแอดมินเพจเปลี่ยนแปลงมุมมองของผู้ใช้คนอื่นๆ ให้มองเห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายและต้องลุกขึ้นต่อสู้ อย่างในภาพแรกห้องอาหารไม่ควรหาประโยชน์จากพื้นที่สาธารณะด้วยการ “วางโต๊ะกินข้าวกลางฟุตบาท” ภาพที่สองชาติไหนๆ ก็ไม่มี “ทางมอเตอร์ไซค์” บนฟุตบาทคนเดิน มีเพียง “ฟุตบาทไทยแลนด์” เท่านั้นที่เป็นเช่นนี้ และภาพที่สาม วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลในการทาสีทางม้าลายอย่างไร้ประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม เห็นได้ว่าการทำงานของทั้งสามโพสต์นั้นอยู่ในระดับการ “พร่ำบ่น” เพื่อระบายอารมณ์ โดยไม่ได้ทำการศึกษาระบบการบริหารราชการของฝ่ายรัฐอย่างจริงจังเพื่อชี้จุดบกพร่องว่าควรแก้ไขที่ตรงไหน จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการบ่นซ้ำๆ ที่นำไปสู่การแก้ปัญหาจะเริ่มเปลี่ยนจากความผิดปกติอันเป็นปัญหาให้ค่อยๆ กลายเป็นความปกติที่ต้องพบเจอเป็นนิตย์ ซึ่งตรงกับยุทธศาสตร์ของโครงสร้างที่ต้องการทำให้ปัญหาทุกอย่างเป็นเรื่องปกติ (normalise strategy)

สอง เพื่อเร้าอารมณ์และก่อให้เกิดความสนใจ

การนำเสนอข่าวหนัก (hard news) หรือข่าวที่มีสาระและต้องใช้ความคิดในการวิเคราะห์ปัญหานั้นจำเป็นต้องมีสารที่เร่งเร้าความสนใจเพื่อดึงดูดผู้อ่านให้เข้ามาสนใจประเด็นที่แอดมินต้องการนำเสนอ นอกจากนี้ ในสภาพที่ข่าวสารบนโลกอินเตอร์เน็ตมีมากมายและกระจายตัวอย่างไม่เป็นระบบ แอดมินจำเป็นต้องต่อสู้กับข่าวสารอื่นๆ มากมายเพื่อชิงความสนใจจากผู้อ่านให้ได้มากที่สุดด้วยคำสีสันและสัญลักษณ์ต่างๆ

ภาพที่ 5.4 การใช้คำสีสันและสัญลักษณ์ต่างๆ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

อย่างที่เห็นในภาพ คำสีสันอย่างคำว่า “ขอร้องเถอะ ที่เน่าๆ ทำใหม่บ้าง” กระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกที่รุนแรงต่อการกระทำของหน่วยงานราชการ และการใช้เครื่องหมายอัศเจรีย์ หรือ ! ซึ่งเขียนไว้หลังประโยคหรือกลุ่มคำเพื่อแสดงถึงอารมณ์หรือความรู้สึก (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2548) ซึ่งเมื่อใช้จะเป็นการเร่งเร้าให้ผู้อ่านเข้ามาสนใจข้อความและเกิดอารมณ์ตื่นเต้นว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ต้องสนใจ

นอกจากนี้จะเห็นว่าข้อความยังแสดงการตั้งคำถามพาดพิงไปยังหน่วยงานราชการโดยตรงคือคำว่า “ปีงบประมาณ 62 เริ่มแล้ว” ทำให้คนธรรมดาที่เข้ามาอ่านรู้สึกถึงความเคลือบแคลง น่าสงสัย กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น นำไปสู่การอ่านเนื้อหาอย่างละเอียดต่อไป

สาม เรียกร้องความร่วมมือ

หลังจากโพสต์ประสบความสำเร็จในการเรียกร้องความสนใจจากผู้อ่านแล้ว ข้อความบนรูปภาพที่แอดมินใส่เข้าไปนั้นจะทำหน้าที่เรียกร้องให้ผู้อ่านเข้ามาร่วมมือดำเนินกิจกรรมบางอย่างกับเพจซึ่งมีความเข้มข้นในการร่วมมือแตกต่างกันออกไป ลำดับแรกคือการตั้งคำถามบางอย่างต่อเนื่องจากเหตุการณ์ ตัวอย่างเช่น ข้อความที่ว่า “แผงลอยบีทีเอสหมอชิต!! กลับมาถาวรแล้ว??”

ภาพที่ 5.5 การเรียกร้องความร่วมมือ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ข้อความนี้ถือเป็นการตั้งคำถามเชิงประชดประชัน (กล่าวคือผู้ตั้งคำถามไม่ต้องการคำตอบแต่ต้องการแสดงให้เห็นความน่าเหลือเชื่อว่าเหตุการณ์นี้ได้เกิดขึ้นซ้ำรอยอีกครั้ง) ซึ่งเรียกร้องให้ผู้อ่านต้อง “ตั้งคำถามต่อไป” ว่าเหตุใดแผงลอยบริเวณสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสหมอชิตจึง

Ref. code: 25615807300040CHL

กลับมาตั้งแผงขายอีกครั้ง มีความน่าสงสัยหรือเคลือบแคลงอะไรที่ต้องรอการพิสูจน์ และส่งผลให้ผู้ใช้รายอื่นเข้ามาถกเถียงถึงสาเหตุกันต่อไป แต่ยังอาจไม่เกิดกิจกรรมที่มีผลเป็นรูปธรรมมากนัก

กิจกรรมในระดับถัดมาที่รูปภาพของแอดมินเรียกร้องให้เกิดขึ้นคือกิจกรรมประเภทการ “โหวต” ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้อ่านเข้ามาร่วมตัดสินใจสถานการณ์บางอย่าง เช่น กรณีที่แอดมินเปิดให้ผู้อ่านร่วมเลือกแบบที่นั่งสำหรับกลุ่มบุคคลพิเศษ (priority seat) บนรถไฟฟ้าบีทีเอสผ่านการกดเครื่องหมายชื่นชอบและอีโมติคอน (Like and Emoticon) บนเฟซบุ๊ค

ภาพที่ 5.6 แอดมินเพจสร้างกิจกรรม “โหวต” แก่สมาชิก
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

กิจกรรมในระดับนี้ไม่เพียงก่อให้เกิดการถกเถียงและอภิปรายในหมู่สมาชิกเท่านั้นหากแต่ยังเรียกร้องให้เกิดกิจกรรมร่วมกันเพื่อสร้างรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวระหว่างสมาชิกทั้งหมดในเพจ ซึ่งผลลัพธ์จากกิจกรรมนี้มีแนวโน้มที่จะนำไปปรับใช้ในโลกแห่งความเป็นจริงและกลายเป็นผลงานรูปธรรมซึ่งสร้างสายสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในเพจ

กิจกรรมในระดับถัดมาที่รูปภาพของแอดมินเรียกร้องให้เกิดขึ้นคือการรณรงค์ให้กลุ่มสมาชิกส่งต่อความคิดเห็นและรูปภาพที่ตนสร้างสรรค์ออกสู่กลุ่มคนสาธารณะที่ไม่ได้อยู่ในเครือข่ายเดียวกัน ผ่านเทคนิคการติดแฮชแท็ก (Hashtag) ซึ่งเว็บไซต์ Hashtag.org (2012)

อธิบายความหมายของการติดแฮชแท็กว่าคือการ “ช่วยให้ผู้คนค้นหาและเข้าร่วมการสนทนาหัวข้อเฉพาะที่ผู้คนในสังคมกำลังกล่าวถึง” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายที่น่าสนใจสามข้อคือ หนึ่ง การผลักดันให้เกิดการเริ่มต้นการสนทนาในหัวข้อเฉพาะ สอง ช่วยให้ผู้ใช้สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับหัวข้อนั้นๆ ได้อย่างเป็นระบบ และสาม ช่วยรวบรวมผู้ติดตาม (followers) ที่สนใจในหัวข้อเดียวกันเข้ามาสู่วงสนทนาได้

ตัวอย่างการติดแฮชแท็กในกรณีนี้ เช่น ในรูปภาพที่วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานราชการอันไร้ประสิทธิภาพ โบกปูนทับรากของต้นไม้ที่ถูกตัดทิ้งไปแล้ว แอดมินใส่แฮชแท็ก “#ประเทศกูมี” ซึ่งเริ่มจากการเกาะกระแสมิวสิควิดีโอ ประเทศกูมี ขับร้องโดยกลุ่มนักร้อง Rap Against Dictatorship อันมีเนื้อหาวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาล ทั้งนี้ แอดมินนำข้อความนี้มาใช้นอกจากจะเพื่อเกาะกระแสแล้ว ยังเป็นการขยายประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์ออกไปจากเดิมที่วิจารณ์การทำงานของกลุ่มรัฐบาลทางการเมืองไปสู่การวิพากษ์วิจารณ์ระบบราชการอันถือเป็นการเปิดประเด็นใหม่ภายใต้กระแสเก่าที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว และเมื่อผู้ใช้ค้นหา #ประเทศกูมี นอกจากจะพบเนื้อหาเก่าแล้วก็จะพบกับประเด็นวิพากษ์วิจารณ์ใหม่ที่เพจได้สอดแทรกเข้าไปด้วย และสุดท้ายผู้ติดตามที่เข้าใจ คล้อยตามกับปัญหาเรื่องฟุตบาธด้วยก็จะเข้ามาเป็นผู้ติดตามเพจต่อไปด้วย

ภาพที่ 5.7 การติด #ประเทศกูมี
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

5.1.2.2 สีตัวอักษร

สีของตัวอักษรที่ปรากฏอยู่บนรูปภาพสื่อถึงความหมายและการชักจูงของแอดมิน โดยผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าแอดมินจะใช้ตัวอักษรสีแดงกับข้อความที่เป็นเชิงลบ เป็นเรื่องที่แอดมินต้องการวิพากษ์วิจารณ์หรือไม่เห็นด้วย เช่น “ข่าวพรุ่งนี้? นักท่องเที่ยวเตะฝาท่อย่านหรู นิ้วขาดกลางฟุตบาท” หรือ “ทำไมไม่ออกแบบให้รถเข็นผ่านได้?” ขณะที่สีน้ำเงินจะถูกใช้กับข้อความเชิงบวกที่แอดมินต้องการสนับสนุนและเห็นด้วย เช่น “เอกชนทำ” หรือ “ฟุตบาธที่คุนหมิง:จีน ทำไมมันดีงามแบบนี้!” ขณะที่หากเป็นข้อความสีเขียวจะหมายถึงข้อความที่แอดมินเสนอแนะหรือชี้แนะแนวทางให้เกิดทางออก เช่น “อยากเสนอ กทม. ปลูกต้นไม้ตรงที่รอข้ามทางม้าลาย” หรือเป็นข้อมูลกลางๆ แสดงสถานที่หรือชี้แจงข้อมูล เช่น “@เพลินจิต”

ภาพที่ 5.8 ตัวอย่างข้อความในรูปภาพที่แอดมินใช้ตัวอักษรสีแดง
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพที่ 5.9 ตัวอย่างข้อความในรูปภาพที่แอดมินใช้ตัวอักษรสีน้ำเงิน
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพที่ 5.10 ตัวอย่างข้อความในรูปภาพที่แอดมินใช้ตัวอักษรสีเขียว
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากข้อมูลที่ระบุมาข้างต้น จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าแอดมินกำลังพยายามสร้างภาพของ “สิ่งที่ดี” ให้แตกต่างออกจาก “สิ่งที่ไม่ดี” ผ่านเทคนิคการแบ่งขั้วตรงข้าม (binary opposition) ทั้งนี้ การใช้สีแดงนั้นมีความหมายตามหลักจิตวิทยาว่าเป็นสีแห่งอารมณ์และอำนาจซึ่งกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความโกรธและนำไปสู่การกระทำต่างๆ (Cherry, 2019) ซึ่งตรงกับจุดประสงค์ของแอดมินที่ต้องการกระตุ้นให้ผู้ใช้มองเห็นว่าปัญหาบนฟุตบาทเป็นเรื่องใหญ่และสมควรได้รับการผลักดัน ขณะที่สีน้ำเงิน หมายถึงความถูกต้อง เที่ยงตรง และความรับผิดชอบ นอกจากนี้สีน้ำเงินยังเป็นตัวแทนของบรรทัดฐานที่ถูกต้องและน่าเอาเป็นเยี่ยงอย่าง (Kendra Cherry, 2019) ซึ่งผู้วิจัยตีความว่าด้วยความหมายดังกล่าวทำให้แอดมินเลือกใช้สีน้ำเงินให้กับข้อความที่ตนคิดว่าถูกต้อง เป็นตัวอย่างที่ดีและแยกขาดออกจากสิ่งที่ไม่ดีที่ปรากฏในตัวอักษรสีแดง ทั้งหมดจะเห็นว่า “สีแดง” นั้นถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านรู้ได้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ไม่ดีและสมควรได้รับการรณรงค์แก้ไข แต่หากปราศจาก “สีน้ำเงิน” ซึ่งหมายถึงตัวอย่างที่ดี บรรทัดฐานที่น่าจะเป็น ผู้อ่านก็จะมองไม่เห็นภาพว่าสิ่งที่ไม่ดีนั้นไม่ดีอย่างไร และแตกต่างจากสิ่งที่ควรจะเป็นมากน้อยแค่ไหน

ด้านสีเขียวสื่อถึงความหวังและการเจริญเติบโตที่จะทำให้เกิดการพัฒนาต่อไป (Cherry, 2019) ซึ่งทำให้แอดมินนำสีเขียวมาใช้กับข้อความที่ตนต้องการรณรงค์และชี้ทางให้เกิดการแก้ไขปัญหา เช่น การนำเสนอให้ปลูกต้นไม้ การชี้แนะให้สร้างทางคนพิการ นอกจากนั้นข้อความสีเขียวบางส่วนยังเป็นข้อความที่ให้ข้อมูล ไม่มีความเป็นบวกหรือลบ เช่น การแสดงตำแหน่งของเหตุการณ์

5.1.2.3 คำบรรยายภาพ -

ข้อความสถานะบน Facebook (Facebook Status) ฟีเจอร์สถานะ (status) ของ Facebook เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่าง ตนเองกับผู้อ่าน

คนอื่นๆ โดยแอดมินจะเป็นผู้จุดประเด็นสถานะขึ้นก่อนที่จะมีผู้อ่านคนอื่นๆ เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนในประเด็นเหล่านั้นผ่านการกดสัญลักษณ์ (Facebook symbol) การแสดงความเห็น (comment) และการส่งต่อ (share) สถานะไปยังกลุ่มเพื่อนของตนเอง ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะทำให้ประเด็นที่พูดถึงบนสถานะแพร่กระจายต่อไปยังเครือข่ายของผู้เข้าร่วมและอาจกระจายกลายเป็นกระแสพูดปากต่อปาก (viral) ต่อไปได้ (*Facebook status*, techopedia, ม.ป.ป.)

ฟีเจอร์นี้มีประสิทธิภาพช่วยให้คนธรรมดาสามารถเข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างอิสระและปลอดจากการควบคุมของฝ่ายรัฐผู้ปกครองประเทศ เนื่องจากเซิฟเวอร์ของผู้สร้างสรรค์ไม่ได้มีฐานอยู่ในประเทศไทย มีเพียงสำนักงานที่ทำหน้าที่ประสานงาน (*Facebook ประเทศไทย*, digital age, 2018) หน่วยงานราชการของประเทศไทยจึงไม่มีอำนาจในการจัดการกับเนื้อหาที่แพร่กระจายอยู่บน Facebook ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเภทของสถานะที่แอดมินเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” อาจแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะได้แก่ การอธิบายเหตุการณ์ การระบุผู้รับผิดชอบ และการใช้แฮชแท็ก

(1) การอธิบายเหตุการณ์

แม้ภายในโพสต์สถานะ แอดมินจะใช้ภาพบอกเล่าเรื่องราวไว้ในระดับหนึ่งแล้วแต่ข้อความสถานะจะเป็นส่วนเสริมที่ช่วยอธิบายเหตุการณ์เพิ่มเติม โดยเฉพาะความเห็นของแอดมินที่มีต่อเหตุการณ์นั้นซึ่งจะเป็นไปใน 3 ลักษณะคือการวิพากษ์วิจารณ์ การเปรียบเทียบ และการตั้งคำถามดังต่อไปนี้

1. การวิพากษ์วิจารณ์

“พวกนี้แหละตัวทำลายภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยของแท้ ตอนนี้เขาลือไปทั่วโลกแล้วว่ามาประเทศนี้ระวังแท๊กซี่ขี้โกง”

ภาพที่ 5.11 โพสต์ของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” (2562)

ซึ่งแอดมินแชร์ข่าวจากเว็บไซต์ sanook.com

แอดมินใช้พื้นที่ย่อหน้าแรกเพื่อวิพากษ์วิจารณ์คนขับแท็กซี่ที่ก่อเหตุไล่ผู้โดยสารชาวเกาหลีลงจากรถเนื่องจากปฏิเสธไม่ยอมจ่ายค่าแท็กซี่ในอัตราเหมา ลักษณะการวิพากษ์ส่วนใหญ่จะเน้นการใช้คำพูดที่มีสีสันและกระตุ้นความรู้สึก เช่น การใช้คำว่า “ทั่วโลกเขาลือกันแล้วว่าประเทศนี้แท็กซี่ขี้โกง” เพื่อกระตุ้นให้เห็นว่าปัญหาแท็กซี่โกงผู้โดยสารนั้นไม่ใช่ปัญหาเล็กน้อยแต่เป็นปัญหาระดับชาติที่ส่งผลกระทบต่อคนทั้งประเทศ

“ย่านสะพานควาย !! ก็เลยพัฒนาเมืองแบบควายๆเหมือนกันครับ #เน่าเละจริงๆ แล้วไม่ทำใหม่ด้วยนะ”

ภาพที่ 5.12 โพสต์ของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” (2561)
ซึ่งแอดมินแชร์ข่าวจากผู้ใช้ Tongmee Tongsomboon

แอดมินเน้นการวิพากษ์วิจารณ์โดยใช้คำรุนแรงที่ถึงขั้นไม่สุภาพเพื่อสะท้อนให้เห็นความเดือดดาลซึ่งมองผิวเผินอาจดูเหมือนเป็นความโมโหส่วนบุคคลแต่เนื่องจากไม่มี

Ref. code: 25615807300040CHL

ใครรู้ว่าแอดมินอาศัยอยู่ในพื้นที่ส่วนนั้นหรือไม่ ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ว่าการใช้ภาษารุนแรงนั้นเพื่อสะท้อนความเดือดดาลของคนที่อาศัยอยู่ในแถบนั้นซึ่งได้รับความเดือดร้อนเสมอมา เนื่องจากหากไปดูข้อความที่ผู้ใช้ Tongmee Tongsomboon ลงโพสต์เป็นคนแรกจะเห็นว่าทิศทางของการวิจารณ์ไปในทิศทางเดียวกัน

"TOT แม่งแดกที่กลางฟุตปาธ เกะกะ แล้วฝาท่อก้อไท่เรียบไม่เสมอ เพื่อนๆน้องๆ ขาพลิกมา 2-3คนแล้ว เมื่อเช้าก็อีกแล้ว อื่มมมมมม" ข้อความจากโพสต์ของผู้ใช้ Tongmee Tongsomboon *(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)*

อีกเหตุผลหนึ่งคือการใช้ภาษารุนแรงสามารถดึงดูดความสนใจผู้อ่านและสร้างความรู้สึกร่วมซึ่งคือความเดือดดาลที่ผู้อ่านทุกคนต้องได้รับผลกระทบจากสภาพฟุตบาทที่เลวร้ายในพื้นที่อยู่อาศัยของตนเองเสมอมา

ภาพที่ 5.13 ตัวอย่างส่วนหนึ่งที่ผู้ใช้แสดงความเดือดดาลร่วมกับโพสต์
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

การวิจารณ์เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยพลิกให้ผู้อ่านมองเห็นว่าเหตุการณ์ที่เห็นอยู่ตรงหน้านั้นไม่ใช่ความปกติแต่เป็น "ความผิดปกติ" ที่สร้างความเดือดร้อนแก่คนหมู่มากและจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน รวมถึงเป็นการชี้ให้เห็นความน่าเคลือบแคลงของการทำงานของหน่วยงานราชการผู้รับผิดชอบพื้นที่ด้วย

Ref. code: 25615807300040CHL

2. การเปรียบเทียบ

"เอาความหนาของแผ่นปูที่เมืองหลวงอังกฤษ #ลอนดอน มาฝากครับ หนาแบบ ชาตินี้คุณไม่มีวันเห็น หน่วยงานอย่าง สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร Public Works Department ใช้กับเมืองหลวงของไทยแลนด์แน่แท้"

ภาพที่ 5.14 การโพสต์เปรียบเทียบกับฟุตบาทประเทศอังกฤษ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างของ "ความผิดปกติ" แอดมินจะพยายามนำเสนอเรื่องราวฟุตบาทของต่างประเทศที่ดีเพื่อแสดงว่านี้เป็น "ความปกติ" ที่ควรเอาเป็นเยี่ยงอย่าง ข้อความในลักษณะนี้เป็นการแสดงให้เห็นว่าประเทศที่พัฒนาแล้วล้วนให้ความสำคัญกับการเดินทางบนฟุตบาทของประชาชนทั้งนั้น หากประเทศไทยต้องการยกระดับตนเองไปสู่ประเทศที่เจริญแล้ว ชีวิตบนฟุตบาทของประชาชนเป็นอีกหัวข้อหนึ่งที่ราชการไทยควรเข้ามาแก้ปัญหาอย่างจริงจัง

3. การตั้งคำถาม

"แยกเกษตรฝั่งจะเลี้ยวไปงามวงศ์วาน หลังเฉือนฟุตปาธไปทำถนน เหลือทางเดินแค่เนี๊ยยย !! แล้วมาตั้งร้านแบบเนี๊ยะ !! ตั้งแบบนี้ก็ได้เหรอครับ กินพื้นที่เกินครึ่งของฟุตปาธ ถาวรเลย !! #เขตจตุจักร"

ภาพที่ 5.15 โพสต์แสดงการตั้งคำถาม
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2561)

การตั้งคำถามของแอดมินนั้นอันที่จริงเป็นไปเพื่อการวิพากษ์วิจารณ์เช่นเดียวกับหัวข้อ **การวิพากษ์วิจารณ์** ต่างกันที่ไม่ใช้ถ้อยคำรุนแรงเท่าแต่เน้นทำให้ผู้อ่านเกิดอาการฉุกคิด จากความคิดที่เห็นว่าเหตุการณ์ตรงหน้าเป็นเรื่องปกติและเกิดขึ้นเป็นนิตย์ในเมืองหลวงกลายเป็นการมองเห็นปัญหาและความผิดปกติ และต่อเนื่องไปยังการติดตามเรื่องราวต่อเนื่องดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.16 คอมเมนต์ต่อเนื่องของโพสต์ฟุตบาทแยกเกษตร
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

(2) การระบุผู้รับผิดชอบ

เพื่อให้การต่อต้านมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น แอดมินมักระบุชื่อของผู้รับผิดชอบต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านรู้ว่าจะต้อง “มุ่งเป้า” ไปที่ใคร กลุ่มผู้รับผิดชอบที่แอดมินมักระบุชื่อคือกลุ่มหน่วยงานราชการต่างๆ เนื่องจากโดยปกติแล้วเมื่อเกิดความเดือดร้อนขึ้นหน่วยงานราชการมัก “ล่องหน” หรือหลุดรอดไปจากการตำหนิติเตียนของประชาชนได้ด้วยหลายเทคนิค เช่น กรณีจอดรถขวางหน้าบ้านและเกิดการฟ้องร้องกัน ตำรวจเทศบาลจะทำหน้าที่เป็นผู้ไกล่เกลี่ยให้คู่กรณีทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วผู้ปล่อยปละให้เกิดการจอดรถไม่เป็นที่เป็นทางนั้นก็คือตำรวจเทศบาลประจำเขตนั้นๆ เอง หรือการสร้างแผนผังการทำงานขององค์กรหน่วยราชการให้ซับซ้อน มีลำดับขั้นตอนยุ่งยากจนประชาชนไม่สามารถเข้าถึงการฟ้องร้องได้สะดวก เกิดการโยนงานกันไปมาภายในหน่วยงานราชการเพื่อยืดเรื่องออกไป

อีกกลุ่มผู้รับผิดชอบหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นเป้าหมายของแอดมินคือกลุ่มคนธรรมดาสังกัดชนชั้นกลางค่อนไปทางล่าง เช่น กลุ่มผู้ขับขี่มอเตอร์ไซค์สาธารณะ กลุ่มผู้ขับแท็กซี่ กลุ่มผู้ขับรถโดยสารประจำทาง กลุ่มพ่อค้าหาบเร่ และอีกหลายกลุ่ม โดยกลุ่มคนกลุ่มนี้มักจะตกเป็นเป้านิ่งในการโจมตีจากแอดมินเนื่องจากไม่สามารถยึดครองพื้นที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางการสื่อสารของตนเอง ภาวะตกเป็นเป้านิ่งของคนกลุ่มนี้ยังดำเนินต่อเนื่องแม้แต่ตอนที่สื่อมวลชน

กระแสหลักหยิบยกเอาประเด็นของผู้ใช้งานบนโลกโซเชียลมีเดียไปนำเสนอต่อ ซึ่งหากเทียบกับกรณีของ ป้าทุบรถ แล้วการเผชิญหน้ากับกลุ่มคนธรรมดาสังกัดชนชั้นกลางค่อนไปทางล่าง เช่น พ่อค้าแม่ค้าในตลาด มีน้อยมากและทางกลุ่มป้าเองก็พยายามหลีกเลี่ยงการปะทะกับคนกลุ่มนี้

ผู้วิจัยพบว่าแอดมินมักชี้เป้าผู้กระทำผิดและต้องรับผิดชอบไปที่กลุ่มสองกลุ่ม หนึ่งคือหน่วยงานราชการ และสองคือกลุ่มคนธรรมดาผู้ก่อเหตุให้เดือดร้อนโดยใช้อุบายในการชี้เป้าที่แตกต่างกันดังจะแจกแจงต่อไปนี้

1. ประเด็นที่เกิดจากการทำงานของหน่วยงานราชการ

“มอนิ่งๆ กับงานศิลปะสร้างสรรค์โดย กทม. จ้าา !! สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร Public Works Department“

ภาพที่ 5.17 การโพสต์วิพากษ์วิจารณ์การทำงานของราชการ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากข้อมูล สังเกตได้ว่าแอดมินกำหนดเจาะจงลงไปว่าผู้ที่ต้องรับผิดชอบต่อการปูแผ่นกระเบื้องที่ไม่ได้มาตรฐานนี้คือสำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร (กทม.) ซึ่งทำให้ผู้อ่านรู้ว่าจะต้องมุ่งเป้าการวิพากษ์วิจารณ์ไปที่ใคร นอกจากนั้นสังเกตว่าชื่อของสำนักการโยธากรุงเทพมหานครนั้นถูกออกแบบให้เป็นลิงค์ (ข้อความที่คลิกแล้วสามารถเชื่อมโยงไปยังหน้าเพจอื่นๆ ได้) โดยลิงค์นี้จะพาผู้ใช้ไปยังเพจสำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ใช้สามารถอินบ็อกซ์ (การส่งข้อความส่วนตัวไปยังเพจ) และร้องเรียนต่อหน่วยงานได้โดยตรง

เห็นได้ว่าเมื่อเป็นประเด็นที่เกิดจากการทำงานของหน่วยงานรัฐบาล แอดมินจะมุ่งเป้าวิจารณ์ไปที่หน่วยงานราชการเท่านั้น โดยไม่ไปโจมตีคนธรรมดา (เช่น การพูดถึงจิตสำนึกในการใช้ทางสาธารณะร่วมกัน และฯลฯ) เลย ด้วยทิศทางการนำเสนอเช่นนี้ทำให้ความเห็นของผู้ใช้นั้นมีการหลากหลายรูปแบบซึ่งผู้วิจัยแบ่งประเภทความเห็นออกได้เป็น 3 ประเภทดังต่อไปนี้

- การต่อว่า เสียดสี ประชดประชัน

ภาพที่ 5.18 การโพสต์แสดงการต่อว่า เสียดสี ประชดประชัน
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

คอมเมนต์ประเภทนี้มาจากกลุ่มคนธรรมดาที่เข้ามาต่อว่ากทม. เพื่อระบายความอัดอั้นที่เห็นการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ และจากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่าคอมเมนต์ที่มีเนื้อหาเน้นการระบายอารมณ์เหล่านี้มีปริมาณมาก (จำนวน 40 จาก 51 คอมเมนต์ในโพสต์นี้มีเนื้อหาระบายความอัดอั้นดังที่กล่าวมา) และมีผู้เข้ามากดปุ่มตอบสนอง (reaction) ค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับคอมเมนต์อื่นๆ ซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการกระทำเช่นนี้คือการระบายความรู้สึกที่ต้องอดทนต่อปัญหาเพื่อความสบายใจแต่ไม่สามารถก้าวข้ามไปหาทางแก้ไขปัญหาได้ เนื่องจากการพูดถึงปัญหาด้วยท่าทีเสียดสี แดกดันนั้นเกิดผลแค่เพียงความ “สะใจ” แต่ไม่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ถือเป็นรูปแบบพื้นที่สาธารณะที่ไม่สมบูรณ์ตามทัศนะของ Jürgen Habermas (1989)

Ref. code: 25615807300040CHL

- การวิเคราะห์และแสดงความเคลือบแคลงสงสัย

ภาพที่ 5.19 โพสต์แสดงการวิเคราะห์และการแสดงความเคลือบแคลง
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

กลุ่มคนธรรมดาบางกลุ่มไม่เน้นระบายอารมณ์ที่มีต่อเหตุการณ์ในโพสต์แต่จะช่วยวิเคราะห์ต่อเนื่องถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาขึ้น และเนื่องจากแอดมินชี้เป้าไว้แล้วว่าสาเหตุที่เกิดขึ้นมาจากการทำงานที่ไร้ประสิทธิภาพของกทม. ทำให้ผู้วิจัยพบว่าคนธรรมดาที่เข้ามาคอมเมนต์ก็จะวิเคราะห์สถานการณ์ว่าเกิดจากปัญหาการคอร์รัปชั่นเป็นส่วนใหญ่ (เช่น การรื้อสร้างใหม่เนื่องจากสามารถเบิกงบประมาณได้ หรือระบบการยื่นซองประมูลที่มีการทุจริต) อย่างไรก็ตาม มีบางความเห็นที่วิเคราะห์ไปในทางอื่นเช่นกัน ตัวอย่างเช่น คอมเมนต์ของสมชาย ม่วงวงศ์ ที่มองว่าปัญหาเกิดจากการทำงานด้อยคุณภาพเพราะผู้ทำงานขาดความภูมิใจในการทำงาน

อย่างไรก็ตาม ปริมาณของคอมเมนต์ในลักษณะนี้มีค่อนข้างน้อย (ราว 8 คอมเมนต์จากทั้งหมด 51 คอมเมนต์) แต่กลับเป็นคอมเมนต์ที่มีผู้ใช้คนอื่นๆ เข้ามากดปุ่มตอบสนอง (reaction) ให้ค่อนข้างมากเช่นเดียวกับคอมเมนต์ประเภทต่อว่า เสียดสี ประชดประชัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนกลุ่มนี้สามารถขยายประเด็นและสามารถชี้นำผู้ใช้คนอื่นๆ ได้ในระดับหนึ่ง แต่คนที่มีทักษะการวิเคราะห์นั้นยังมีจำนวนไม่มากนักเมื่อพิจารณาจากจำนวนคอมเมนต์

- ขยายประเด็นสู่หัวข้ออื่น

ภาพที่ 5.20 โพสต์แสดงการขยายประเด็นสู่หัวข้ออื่น
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ผู้ใช้กลุ่มนี้ไม่ได้พูดถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรงแต่เปิดประเด็นการวิพากษ์วิจารณ์ไปยังหัวข้อใหม่ที่ไม่ได้ถูกกำหนดมาจากแอดมิน เช่น การพูดถึงเสาที่ปรากฏอยู่ในรูปแทนที่จะพูดถึงการปูกระเบื้องที่เป็นประเด็นของแอดมิน หรือการนำกระเบื้องนี้ไปเปรียบเทียบกับกระเบื้องที่เกาหลีปูทาง

คอมเมนต์ลักษณะนี้เป็นคอมเมนต์ที่มีจำนวนน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับอีกสองลักษณะคอมเมนต์ (ราว 4 คอมเมนต์จากทั้งหมด 51 คอมเมนต์) และยังมีจำนวนผู้เข้ามากดปุ่มตอบสนองน้อยที่สุดด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้จะไม่ค่อยสนใจประเด็นที่อยู่นอกเหนือการกำหนดของแอดมินเท่าไหร่นัก

ในส่วนฟังก์ชั่นการส่งต่อ (share) นั้น ผู้วิจัยพบว่ามีคนกดแชร์ข้อความเหล่านี้แก่ผู้คนในเครือข่ายของตนเองมากถึง 50 แชร์ซึ่งมีจำนวนพอๆ กับคอมเมนต์ หากแต่เมื่อเปิดเข้าดูในรายละเอียด ส่วนใหญ่เป็นการแชร์โดยไม่ใส่ความเห็นอะไรเพิ่มเติมและผู้ที่อยู่ในเครือข่ายก็ไม่ค่อยมีใครแสดงความเห็นแก่คอมเมนต์เหล่านี้เช่นกัน ผู้วิจัยจึงตีความว่าการแชร์โพสต์นี้ของกลุ่มคนธรรมดากลุ่มนี้อาจเป็นไปเพื่อเหตุผลสองประการ หนึ่งคือการส่งต่อข่าวสารให้แก่เครือข่ายของตนได้รับทราบ สองคือการสื่อสารภาพลักษณ์ของตัวผู้แชร์ว่าเป็นคนใส่ใจต่อปัญหาสาธารณะแต่ในทางปฏิบัติชีวิตจริงไม่อาจระบุได้

2. ประเด็นที่เกิดจากกลุ่มคนธรรมดา

"หน้าเซ็นทรัลเวิลด์ ยามดึกๆ รถเมล์จะสามารถจอดได้เลน 2-3 เพราะความเห็นแก่ตัวของแท๊กซี่ ตุ๊กๆ !!" โพสต์ที่แสดงว่าแอดมินมุ่งเป้าโจมตีไปที่กลุ่มคนธรรมดาระดับล่าง (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

"ไอ้เหี้ยยย !! ทำขนาดนี้ ปรับ 2,000 บาท พักใบอนุญาตเดือนนึง ดีเนอะกฎหมายไทย !! หมาที่ไหนจะกลัววะ ท่องเที่ยวเสียหายกี่หลายพันล้านหมื่นล้าน เพราะไอ้พวกนี้ เคยแก้ไขอะไรไหม กรมการขนส่งทางบก PR.DLT.News" โพสต์ที่แสดงว่าแอดมินมุ่งเป้าโจมตีไปที่หน่วยงานราชการแม้ต้นเรื่องจะเป็นกลุ่มคนธรรมดาระดับล่าง (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพที่ 5.21 โพสต์เพื่อโจมตีกลุ่มคนชนชั้นล่าง
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

เรื่องราวอีกประเภทที่แอดมินมักพุ่งเป้าโจมตีคือเรื่องราวความเดือดร้อนบนท้องถนนที่เกิดจากการกระทำของกลุ่มคนธรรมดากลางล่างซึ่งได้แก่ กลุ่มคนที่ทำมาหากินอยู่บนท้องถนน เช่น ผู้ขับขี่มอเตอร์ไซค์ พ่อค้าแม่ค้าอาหารแพงลอย คนขับแท็กซี่ และอื่นๆ อย่างไรก็ตามลักษณะการมุ่งเป้าโจมตีในเรื่องราวส่วนนี้มีความซับซ้อน

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นว่าสำหรับประเด็นปัญหาอันเกิดจากกลุ่มคนธรรมดา แอดมินจะเลือกมุ่งเป้าโจมตีไปใน 2 ลักษณะ อย่างแรกคือโจมตีกลุ่มคนธรรมดากลางค่อนล่างโดยตรง และอย่างที่สองคือการโจมตีหน่วยงานราชการที่ปล่อยปละละเลยโดยตรง

- การโจมตีกลุ่มคนธรรมดาระดับล่าง

ภาพที่ 5.22 โพสต์แสดงการโจมตีกลุ่มคนธรรมดาระดับล่าง
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

แอดมินจะระบุอย่างชัดเจนว่ากลุ่มคนไหนที่สมควรตกเป็นเป้าโจมตี เช่น ความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นแถวเซ็นทรัลเวิร์ลมาจาก “ความเห็นแก่ตัว” ของคนขับรถสามล้อจำนวนหนึ่ง ซึ่งทำให้รถโดยสารประจำทางต้องจอดนอกพื้นที่ป้ายรถประจำทาง การชี้นำนี้มีผลอย่างยิ่งต่อทิศทางการคอมเมนต์ของผู้ใช้คนอื่นๆ และเกิดเป็นคอมเมนต์ดังต่อไปนี้

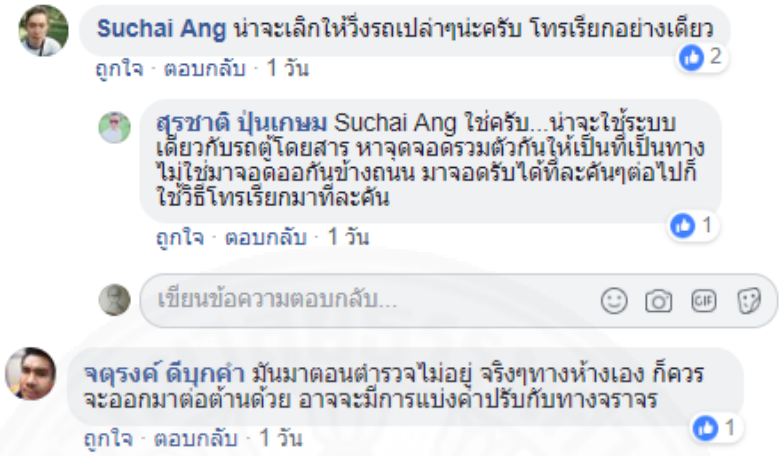
- การขยายความออกไปเพื่อการระบายอารมณ์

กลุ่มคนธรรมดามักเข้ามาให้ข้อมูลเพิ่มเติมถึงพื้นที่ที่เกิดความเดือดร้อนเพิ่มเติม เช่น บริเวณตลาดรถไฟ ห้างสรรพสินค้าเอสพลานาดรัชดา การจอดรถของกลุ่มผู้ขับขี่แท็กซี่ก็ทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด หรือบริเวณหน้าสวนจตุจักร ตามภาพต่อไปนี้

ภาพที่ 5.23 โพสต์การขยายความเพื่อระบายอารมณ์
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

เห็นว่าเนื้อหาอาจเป็นไปได้ในสองทิศทางหนึ่งคือขยายความเนื้อหาของแอดมินเพิ่มเติมโดยการถ่ายรูปภาพประกอบให้เห็นปัญหาจริงมากยิ่งขึ้น หรืออีกกรณีคือการเปลี่ยนสถานที่แต่ยังเป็นปัญหาการจอดรถริมฟุตบาทของกลุ่มผู้ขับขี่แท็กซี่สาธารณะเช่นเดิม น่าสนใจว่าท่ามกลางคอมเมนต์ที่แลกเปลี่ยนเรื่องราวระหว่างผู้ใช้นี้กลับไม่ค่อยมีคอนเมนต์ที่เสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม จากที่ผู้วิจัยสังเกต มีเพียง 2 คอมเมนต์จากทั้งหมด 52 คอมเมนต์ที่พยายาม

เสนอแนะแนวทางแก้ปัญหาแต่กลับไม่ค่อยได้รับการกดปุ่มตอบสนองจากผู้ใช้รายอื่นมากนักดังภาพต่อไปนี้



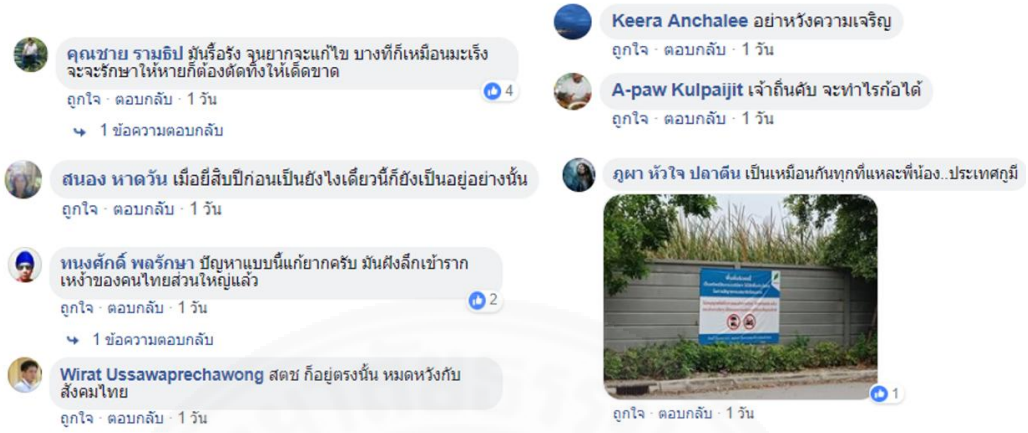
ภาพที่ 5.24 โพสต์แสดงความพยายามแก้ปัญหา
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

สรุปได้ว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ขยายประเด็นไปในทางที่บอกว่าบริเวณพื้นที่ของตนเองก็มีปัญหาเช่นนี้เกิดขึ้นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นจากการกระทำของกลุ่มชนชั้นกลางระดับล่าง อาจนับได้ว่าเป็นการ “บ่น” เพื่อระบายอารมณ์และสร้างความรู้สึกร่วมให้เกิดระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มแต่ไม่ได้มุ่งเน้นนำไปสู่การแก้ปัญหาเท่าไหร่นัก

ที่น่าสนใจคือกลุ่มผู้ใช้เฟซบุ๊คที่เข้ามาคอมเมนต์นั้นไม่นับผู้ก่อเหตุเดือดร้อนซึ่งเป็นชนชั้นกลางระดับล่างว่าเป็นพวกเดียวกับตน สังเกตจากการใช้สรรพนามคำว่า “มัน” ในเนื้อหาก็เป็นการระบุตำแหน่งแห่งที่ของตัวเองว่าอยู่คนล่ะชนชั้นกับ “มัน” ดังนั้น กลุ่มผู้คอมเมนต์จึงไม่เกิดความตะขิดตะขวงใจที่จะต่อว่ากลุ่มบุคคลอัน “เป็นอื่น” เหล่านี้ด้วยถ้อยคำหยาบคาย นอกจากนี้ยังคาดการณ์ว่ากลุ่มคนชนชั้นกลางระดับล่างนั้นไม่น่าจะมีความสามารถในการใช้เครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์เช่นตนเองจึงไม่จำเป็นต้องเกรงใจ

Ref. code: 25615807300040CHL

- การปลงต่อเหตุการณ์



ภาพที่ 5.25 โพสต์แสดงการปลงต่อเหตุการณ์
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ผู้วิจัยพบว่าคอมเมนต์จำนวนกว่า 10 คอมเมนต์จากทั้งหมด 52 คอมเมนต์กลับมีเนื้อหาไปในทาง “ปลง” หรือยินยอมให้เหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้นเนื่องจากมองว่ามันเป็นเหตุการณ์ปกติที่ไม่สามารถหาทางแก้ไขปัญหาได้ เป็นวิถีการดำเนินชีวิตที่คนไทยในสังคมเมืองจะต้องเจอ แม้จะน่ารำคาญและก่อให้เกิดความยุ่งยากแต่ปัญหาหยั่งรากลึกเกินแก้ไข แม้คอมเมนต์ในลักษณะดังกล่าวจะไม่ค่อยได้รับการกดปุ่มตอบสนองมากเท่าไหร่นักแต่ก็เป็นการสะท้อนจิตสำนึกอันสยบยอมต่อระบบที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่การต่อต้านของคนธรรมดาเช่นกัน

- การหันกลับไปวิจารณ์หน่วยงานราชการ

ภาพที่ 5.26 โพสต์แสดงการหันกลับไปวิจารณ์หน่วยงานราชการ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

คอมเมนต์ 3 คอมเมนต์จากทั้งหมด 52 คอมเมนต์ พยายามกลับไปวิพากษ์วิจารณ์หน่วยงานราชการทั้งๆ ที่แอดมินไม่ได้ชี้นำไว้ตั้งแต่ต้น แต่การวิจารณ์ครั้งนี้เป็นไปในแนวร้องทุกข์ขอให้มาแก้ไขปัญหามากกว่าการตระหนักว่าปัญหาที่เกิดมีต้นเหตุมาจากหน่วยงานราชการและกดดันให้กลุ่มโครงสร้างเข้ามาแก้ไข เช่น การเรียกร้องให้ผู้ว่าฯ อัศวิน เข้ามาดูแลปัญหาแทนหน่วยงานปกติ หรือเรียกร้องให้นายกรัฐมนตรี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา เข้ามาช่วยแก้ปัญหาแทนกทม. ซึ่งแสดงให้เห็นความคิดที่มองว่าฝ่ายโครงสร้างมีหน้าที่ “บำบัดทุกข์ บำรุงสุขราษฎร์” ต้องไกล่เกลี่ยความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น มากกว่าการมองเห็นว่าฝ่ายราชการเป็นตัวต้นเหตุที่ซ้ำเติมความเดือดร้อนให้เกิดแก่ตนเอง

เมื่อพิจารณาในส่วนของการกดปุ่มตอบสนอง พบว่าผู้ใช้คนอื่นไม่ค่อยให้ความสำคัญกับโพสต์เหล่านี้เท่าไหร่และไม่มีการถกเถียงในประเด็นนี้ต่อเนื่องมาเลย

5.1.2.4 รูปภาพ (Picture)

ผู้วิจัยพบว่าภาพถ่ายที่แอดมินนำมาประกอบนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกับภาพข่าวทางวารสารศาสตร์ที่ช่วยให้ผู้อ่านมีโอกาสเห็นเหตุการณ์จริงๆ เหมือนกับผู้นำเสนอข่าวและเป็นหลักฐานยืนยันถึงสิ่งที่เขียนบรรยายในสเตตัส นอกจากนั้นยังทำให้การนำเสนอข่าวมีสีสันมากยิ่งขึ้นและทำให้ผู้ใช้บนโซเชียลมีเดียที่ไม่ชอบอ่านรายละเอียดข่าวตามตัวอักษรมากนักหันมาสนใจได้ง่ายขึ้น (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2554)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบความแตกต่างของภาพถ่ายที่ถูกนำมาประกอบในกรณีศึกษากับภาพข่าวด้านวารสารศาสตร์อันจะนำเสนอต่อไปนี้

(1) ภาพถ่ายคุณภาพต่ำ

ทั่วไปแล้ว ภาพข่าวทางวารสารศาสตร์จะต้องมีคุณภาพด้านเนื้อหาสมบูรณ์พอที่จะบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ให้ผู้อ่านเข้าใจได้ (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2554) หากแต่ในยุคปัจจุบันที่ซึ่งเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นได้เปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับภาพถ่ายที่ดีไป ตัวอย่างเช่น ภาพข่าวคุณภาพไม่ดี มืดเกินไป พร่ามัว ไม่มีจุดโฟกัสจากกล้องวงจรปิดนั้นอาจกลายเป็นภาพข่าวชั้นยอดของรายการข่าวอาชญากรรมเนื่องจากดูแล้วให้ความรู้สึกสมจริง ไม่มีการถ่ายทำ

ภาพที่แอดมินเพจนำเสนอก็เข้าทำนองเดียวกันคือเป็น “ภาพถ่ายจากทางบ้าน” ซึ่งอาจมีคุณภาพไม่ดีนัก แต่สมจริง ดูน่าเชื่อถือ และแม้ภาพจะไม่สามารถสื่อสารได้อย่างครบถ้วนแต่แอดมินก็เขียนตัวหนังสือประกอบเพื่อบังคับความหมายให้ผู้อ่านเข้าใจภาพเหล่านั้นตรงกันดังตัวอย่างต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 5.27 ภาพถ่ายฟุตบาทในเมืองโฮจิมินต์ ซิตี้ ประเทศเวียดนาม
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพที่ 5.28 ภาพถ่ายบาทวิถีจากกรุงเทพฯ ประเทศไทย
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

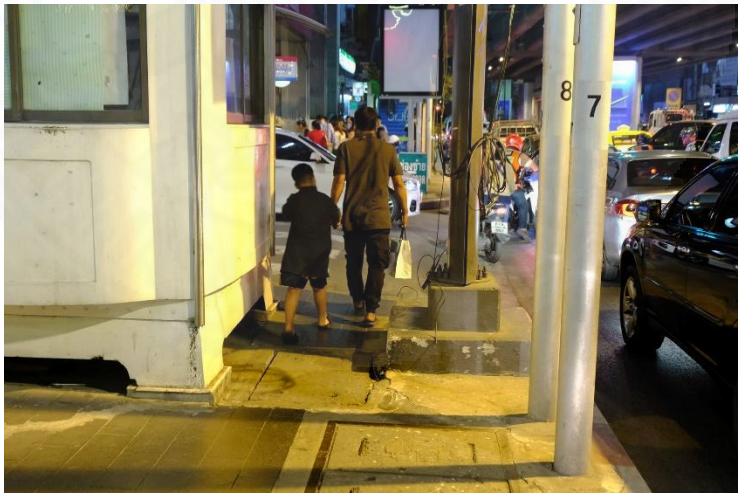
จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าแม้ภาพถ่ายคุณภาพต่ำเหล่านี้มองผิวเผินแล้วขาดคุณภาพ สุนทรียะ แต่กลับเป็นภาพข่าวที่มีพลังในการสื่อสารความจริงที่ตรงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างยิ่ง เนื่องจากถูกเชื่อได้ว่าไม่มีการดัดแปลง เสริมแต่ง หรือพยายามประกอบสร้างความหมายเพิ่มเติมเข้าไปอย่างเข้มข้นเท่ากับภาพถ่ายจากฝีมือช่างภาพมืออาชีพ นำไปสู่ความเชื่อถือซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการร่วมวงสนทนาปากต่อปาก แต่เมื่อภาพถ่ายไม่สมบูรณ์และไม่ผ่านการลงรหัสอย่างซับซ้อนจนสามารถสื่อสารด้วยตัวมันเองได้แล้ว คำอธิบายของแอดมินจึงเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งทำให้อำนาจในการบังคับความหมายตกไปอยู่ที่แอดมิน

(2) ภาพข่าวทั่วไป

ภาพข่าวทางวารสารศาสตร์มีหน้าที่ในการตอบคำถามให้แก่ผู้อ่านเช่นเดียวกับการได้อ่านความนำของข่าวหนึ่งข่าว คือ ต้องมีรายละเอียดว่าใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่

อย่างไร (กฤษณ์ ทองเลิศ, 2554) แต่ภาพข่าวที่แอดมินนำมาประกอบนั้นมักบ่งบอกเพียง “เมื่อไหร่” เท่านั้น เนื่องจากภาพทั้งหมดมักขาด “ใคร” หรือผู้กระทำการที่ชัดเจนในภาพ ตัวอย่างดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.29 ภาพถ่ายในสิงคโปร์ซึ่งแอดมินนำเสนอเพื่อบอกว่าบ้านเมืองเจริญมาก (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)



ภาพที่ 5.30 ภาพถ่ายฟุตบาทแถวห้างสรรพสินค้าย่านสุขุมวิทซึ่งแอดมินนำเสนอเพื่อสื่อสารว่าแม้แต่ในพื้นที่ธุรกิจของไทย ฟุตบาทก็ยังเป็นสิ่งที่ไม่พัฒนา
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการที่แอดมินเลือกสื่อสารภาพถ่ายออกมาในลักษณะนี้นั้น เนื่องจากภาพถ่ายทำหน้าที่เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยให้ผู้อ่านมองเห็นเหตุการณ์ได้ชัดเจนมาก

ยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังมีข้อจำกัดของความเป็นมือสมัครเล่นด้านการถ่ายภาพที่ไม่อาจสร้างสรรค์ภาพได้มีความหมายลุ่มลึกเท่ากับช่างภาพข่าวมืออาชีพ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ความไม่ถึงพร้อมของรูปภาพก็เปิดโอกาสให้แอดมินมีอำนาจในการบังคับความหมายของรูปภาพด้วยคำอธิบายของตนเอง

โดยสรุป ผู้วิจัยอาจรวบรวมความคิดออกเป็นแผนภาพเพื่อแสดงการทดลองใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการต่อสู้ในประเด็นบาทวิถีได้ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.31 การทดลองใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการต่อสู้ในประเด็นบาทวิถีของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

สรุป

ผู้วิจัยพบว่าแอดมินกำหนดอุบายและใช้องค์ประกอบการสื่อสารอันหลากหลายคือข้อความในรูปภาพ สเตตัส และรูปภาพ บนพื้นที่ดิจิทัลอย่างชาญฉลาด โดยองค์ประกอบทั้งหมดนำไปสู่การสร้างภาพของผู้ทำความเดือดร้อนและผู้ถูกกระทำให้เดือดร้อนให้ผู้อ่านเห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมถึงเปลี่ยนให้ “เหตุการณ์อันถูกทำให้เป็นปกติ” กลายเป็น “ปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข” แต่น่าสังเกตว่าแอดมินไม่ค่อยเน้นย้ำปลายทางของการนำเสนอที่ยกระดับการต่อต้านนี้ไปสู่การรณรงค์ให้เกิดความเปลี่ยนแปลง หลายโพสต์เป็นเพียงการ “บ่น” หรือการ “ระบายความโกรธเคือง” ที่มีต่อปัญหาที่เกิดขึ้น โดยอาจเรียกร้องให้ผู้รับผิดชอบบางกลุ่มแก้ปัญหาแต่ไม่มีกระบวนการชัดเจนว่าจะทำได้อย่างไร

Ref. code: 25615807300040CHL

5.2 อุบายและยุทธศาสตร์ในการต่อสู้ผ่านสื่อที่ครอบครอง

ในส่วนก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยชี้ให้เห็นว่าแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีประสบการณ์การใช้และออกแบบสื่อเพื่อผลักดันให้การต่อสู้ของกลุ่มตนประสบความสำเร็จ ผ่านการฝึกฝนใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่างๆ ความมานะในการฝึกฝนการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นกลายเป็นต้นทุนสำคัญที่เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้มีอำนาจน้อยกว่าสร้างสรรค์อุบาย (tactic) ต่างๆ ออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการเคลื่อนไหวที่ถูกจำกัดอยู่บนสื่ออิเล็กทรอนิกส์เท่านั้นทำให้อุบายหลายอย่างประเภทขาดพลังในการสร้างการเคลื่อนไหวที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหา ซ้ำร้ายอุบายบางประการที่แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจผลิตขึ้นกลับไปสนับสนุนยุทธศาสตร์ (strategy) ของฝ่ายโครงสร้างโดยไม่รู้ตัว ซึ่งอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การต่อสู้ไม่ได้ผลดังตั้งใจ

สำหรับส่วนนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งนำเสนออุบายที่แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อสนับสนันสนุนการเคลื่อนไหวของตนเอง (โดยส่วนของยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของชีวิตบนท้องถนน ผู้วิจัยวิเคราะห์ไว้แล้วในหัวข้อ 4.2. อุบายและยุทธศาสตร์ในการต่อสู้ผ่านสื่อช่องทางต่างๆ) โดยผู้วิจัยพบว่ากลุ่มผู้มีอำนาจน้อยกว่าเรียนรู้และสร้างสรรค์อุบายบนโลกออนไลน์อย่างน่าสนใจ ท่ามกลางบรรยากาศที่หน่วยงานราชการกดทับให้กลุ่มผู้มีอำนาจน้อยต้องยอมจำนนแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”เริ่มทดลองสร้างสรรค์อุบายชนิดต่างๆ ขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์มากมาย

อุบายบนโลกออนไลน์อาจซับซ้อนและสร้างสรรค์แต่ผู้วิจัยสังเกตว่าสาร (message) ซึ่งบรรจุอุบายมากมายเหล่านั้นกลับไม่สามารถเคลื่อนย้ายไปยังกลุ่มผู้ถือครองสื่อชนิดอื่นๆ เช่น สื่อสารมวลชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการแลกเปลี่ยนและขับเคลื่อนอุบายที่ไม่ครบวงจรเหล่านี้อาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การต่อสู้ของกลุ่มแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจไม่สัมฤทธิผลตามต้องการ

อุบายที่กลุ่มแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ใช้สามารถแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 การจัดอันดับความสำคัญของคู่ต่อสู้

จากการวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) ผู้วิจัยพบว่าคู่ต่อสู้ที่ถูกตั้งเป้าจากกลุ่มแอดมินและ กลุ่มผู้สนับสนุนเพจนั้นเป็นผู้ที่สร้างความเดือดร้อนหรือมีหน้าที่รับผิดชอบในการแก้ปัญหาอันได้แก่ กลุ่มหน่วยงานราชการที่ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตน (หลากหลายกลุ่มตั้งแต่รัฐบาล สำนักงานเขต เทศบาล ตำรวจ เทศกิจ และอื่นๆ) และกลุ่มชนชั้นล่างอำนาจน้อยที่อาศัยใช้

Ref. code: 25615807300040CHL

พื้นที่สาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนบุคคล (หลากหลายกลุ่ม ได้แก่ พ่อค้าแม่ค้า พนักงานขับมอเตอร์ไซค์ พนักงานขับรถแท็กซี คนพเนจร และอื่นๆ) อย่างไรก็ตาม อุบายการตั้งเป้าหมายของแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนนั้นออกจะ “สะเปะสะปะ” อันมีสาเหตุมาจากการนิยามกลุ่มผู้สร้างความเดือดร้อนและมีหน้าที่รับผิดชอบที่กว้างและหลากหลายดังที่กล่าวมา

นอกจากประเด็นกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายและกระจัดกระจายแล้ว ประเด็นปัญหาที่ต้องการต่อสู้นั้นยังเกิดขึ้นต่างสถานที่ ต่างวาระและมีผู้เสียผลประโยชน์จากปัญหาแตกต่างกันออกไป เช่น ปัญหาบาทวิถีใกล้สถานีรถไฟฟ้าก็มีผู้คนที่อาศัยสัญจรย่านนั้นเป็นผู้เสียผลประโยชน์ ปัญหาผู้ค้าขายรุกล้ำพื้นที่สาธารณะก็มีผู้สัญจรทางเท้าบริเวณนั้นเป็นผู้เสียผลประโยชน์ ขณะที่ปัญหาอากาศเป็นพิษมีคนกรุงเทพฯ ทั้งหมดเป็นผู้เสียผลประโยชน์ เป็นต้น สำหรับปัญหาที่มีความใกล้เคียงกันอย่างปัญหาบนบาทวิถี กลุ่มแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจก็ยังชี้เป้าคู่ต่อสู้ที่แตกต่างกันออกไปดังแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะต่อไปนี้

ภาพที่ 5.32 การเลือกคู่ต่อสู้หน่วยงานราชการ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 5.33 เลือกคู่ต่อสู้คนอำนาจน้อยระดับล่าง
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

5.2.1.1 เลือกเป้าหมายหน่วยงานราชการ

แอดมินจะมุ่งเป้าการโจมตีไปที่สถาบันหรือเจ้าพนักงานของหน่วยงานราชการ ประเด็นส่วนใหญ่ที่ใช้นำมาโจมตีหน่วยงานราชการมักครอบคลุมอยู่ใน 3 ประเด็นคือ หนึ่ง ละเลยการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ข้อความว่า “ขอทานต่างด้าวที่แถวราชประสงค์ ยังมีให้เห็นนะครับ ยังไม่มีการจัดการอะไรทั้งนั้น!!” (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562) สอง การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ ไม่ใส่ใจในการทำงาน และการทุจริต เช่น ข้อความว่า “#รุ่นเก่า แผ่นปูหนาแต่รองด้วยทราย สุดท้าย แผ่นปูไม่แตก แต่เละไม่เรียบ เดินลำบาก!! #รุ่นใหม่ บางชิบหาย ลดความหนาลง 3 เท่า แต่ปูแบบฉาบปูน แบบ ปูน 1 ถุง ต่อทราย 1 คันรถสิบล้อ สุดท้าย แผ่นปูแตก ไม่เกิน 3-6 เดือนพัง เบิกงบซ่อม !! #สรุปทำงานห่วยแตกทั้งสมัยก่อนและสมัยนี้ครับ“ (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562) และ สาม ความไร้จริยธรรมในการทำงาน เช่น ข้อความ “ขอบคุณครับ ที่ช่วยๆกัน ให้เขารู้จักละอายบ้าง ให้เขาคิดถึงประชาชนมากกว่านี้บ้าง และหวังว่าสักวันนึงจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นครับ !! # เพราะมันเป็นวงจรทุจริตอุบาทว์มาครึ่งค่อนชีวิตแล้วครับ !!”

กลุ่มผู้มีอำนาจเหนือกว่าที่ตกเป็นเป้าหมายการโจมตีนั้นมีอยู่ 2 ระดับดังจะแจกแจงต่อไปนี้

(1) การเจาะจงถึงตัวบุคคลผู้มีอำนาจ

...ช่วยหน่อยครับ หน้าตลาดบางแค ชาวบ้านร้องเรียนว่า ..เวลาจะขึ้นรถเมล์ลำบากมาก ต้องลงเดินริมถนนเลาะไปถึงป้ายรถเมล์ฟุตบาทเหลือเว้นช่องให้แมวเดิน กับคนเห็นแก่ตัวเพียงไม่กี่คน เคยร้องเรียนเขต 2~3ครั้ง แต่เขตบางแคก็เงียบเงียบ ไม่มาจัดการ คาดว่าเก็บกะตังค์กันจนชิน!! คนที่ลงรถเมล์มาจากที่อื่น เพื่อมาต่อรถตรงนี้ก็ลำบาก__มองรถที่จะไปไม่เห็น เพราะร่มมันกางบังหมด ช่วยจัดระเบียบหน่อยครับ สกลธี ภัททิยกุล สำนักงานเขตบางแค

ภาพที่ 5.34 ภาพประกอบโพสต์การเจาะจงถึงผู้มีอำนาจ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

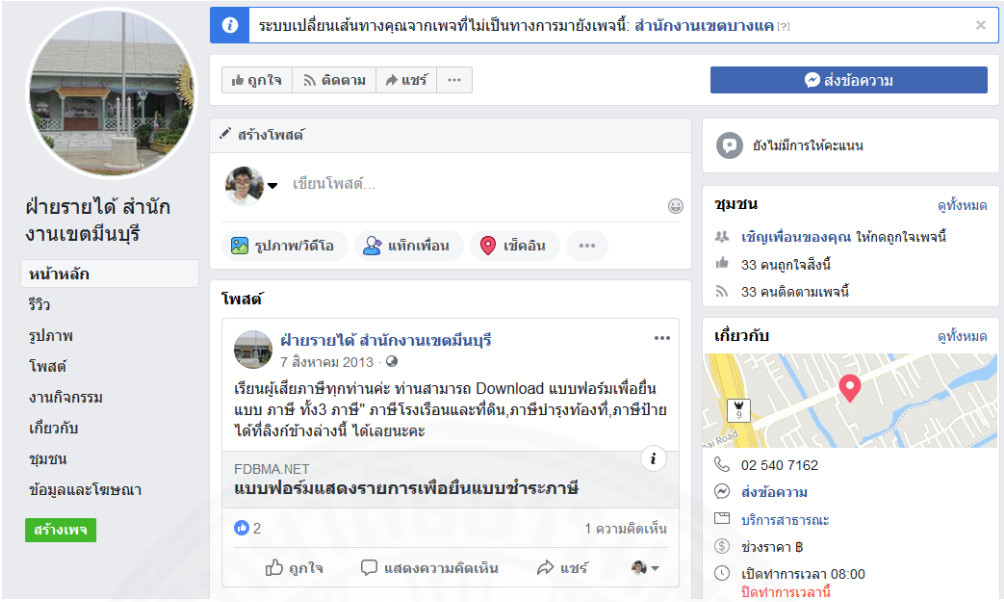
บางกรณีแอดมินจะโพสต์ชี้เป้าผู้รับผิดชอบไปยังบุคคล เช่น กรณีตัวอย่างซึ่งเป็นเหตุการณ์ลุกล้ำพื้นที่สาธารณะของพ่อค้าแม่ขายบริเวณเขตบางแค แอดมินชี้เป้าว่าเป็นความรับผิดชอบของ นายสกลธี ภัททิยกุล ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นรองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ต้องเข้ามากวดขันแก้ไขปัญหา โดยเป็นการเขียนข้อความแบบ hyperlink ซึ่งผู้ใช้สามารถคลิกเพื่อเชื่อมต่อเข้าไปยังหน้าเฟซบุ๊คของรองผู้ว่าฯ ได้

ภาพที่ 5.35 หน้าเพจเฟซบุ๊คของนายสกลธี ภัททิยกุล ที่ผู้ใช้จะเจอเมื่อคลิกที่ข้อความ (สกลธี ภัททิยกุล, 2562)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าผู้มีอำนาจที่น่าจะรับผิดชอบต่อกรณีนี้ในชั้นต้นน่าจะเป็น นางพวงเพ็ญ ชื่นค้า ผู้อำนวยการเขตบางแคซึ่งเป็นหน่วยงานราชการเจ้าของปัญหามากกว่าเนื่องจากตามที่ระบุในเว็บไซต์สำนักเขตบางแค สำนักเขตบางแคซึ่งบริหารงานโดยผู้อำนวยการเขตบางแคมีอำนาจหน้าที่สำคัญในการดูแลประชาชนหลายด้านและหนึ่งในอำนาจหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาคือฝ่ายเทศกิจดังรายละเอียดต่อไปนี้

> ฝ่ายเทศกิจ มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการบังคับการให้เป็นไปตามข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครและกฎหมายอื่นที่กำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรุงเทพมหานคร การควบคุม ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง การส่งเสริมดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน การส่งเสริมสนับสนุนงานป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย งานนิติการทั่วไป งานเกี่ยวกับคดี และการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคดี และหน้าที่อื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย (สำนักงานเขตบางแค, 2562)

โดยสรุปจะเห็นได้ว่าแม้แอดมินเพจจะติด Hyperlink ให้ตัวอักษรสำนักงานเขตบางแค ก็ตาม แต่ลิงค์ดังกล่าวกลับเชื่อมต่อไปยังหน้าเพจฝ่ายรายได้สำนักเขตมีนบุรีซึ่งไม่เชื่อมโยงกับปัญหา



ภาพที่ 5.36 หน้าเพจที่ถูกเชื่อมโยงมาหลังจากกดลิงค์ สำนักงานเขตบางแค (ฝ่ายรายได้ สำนักเขตมีนบุรี, 2562)

นอกจากนั้นแม้จะร้องทุกข์ไปยัง สกลธี ภัททิยกุล กลับไม่ได้รับความสนใจทั้งจากหน่วยงานราชการและกลุ่มผู้ร่วมการเคลื่อนไหวเอง

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการที่แอดมินข้ามขั้นไปโจมตีคนที่มีอำนาจมากแต่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับปัญหาถือเป็นการต่อสู้ที่ลัดขั้นตอน ไม่เป็นไปตามระเบียบการร้องทุกข์ทั่วไป ดังนั้นผู้มีอำนาจจึงสามารถใช้เป็น “ข้ออ้าง” เพื่อหลบเลี่ยงความรับผิดชอบและอาศัยความซับซ้อนของระบบราชการในการละเลยปัญหาไป แต่ที่สำคัญกว่านั้นคือการโจมตีไปยัง สำนักเขตบางแค ทั้งสำนักงานนั้นเป็นเป้าหมายที่กว้างเกินไป ผู้ต่อสู้ไม่ทราบว่าใครกันแน่ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการแก้ปัญหานี้ การต่อสู้จึงมีแนวโน้มไร้ทิศทางและไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ สังเกตจากกลุ่มคนธรรมดาที่เข้ามาแสดงความเห็นในโพสต์ข่าวนี้ไม่มีคอมเมนต์ใดเลยที่พูดถึงการทำงานหรือเร่งรัดให้ นายสกลธี ภัททิยกุล รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครออกมาแก้ปัญหา รวมถึงผู้ที่ถูกกล่าวถึงเองก็ไม่ได้ออกมาแสดงออกว่ารับรู้ถึงปัญหาอย่างใด

การโจมตีกลุ่มเป้าหมายที่กว้างเกินไปนอกจากจะไม่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงใดๆ แล้ว ผู้วิจัยพบว่าการโจมตีเช่นนี้ยังตอกย้ำยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างที่หมายล่องหน หรือซ่อนตัวเองจากความรับผิดชอบต่อปัญหา ผ่านระบบราชการที่ซับซ้อนและการทำงานอันล่าช้า (red-tape)

(2) การเจาะจงถึงหน่วยงานราชการ

เรียกร้องไปยัง สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร Public Works Department ได้โปรดแผ่น สเปคแผ่นปูจากข้าวเกรียบหนา 3.5 เซ็นต์ สักทีเถอะครับ!! ทำมาตั้งกี่ปี เคยเห็นฟุตปาธกรุงเทพฯมันพัฒนาไปไหนไหม?? แล้วยังจะดันทุรังทำๆ ไปวันๆ เข้าใจนะว่าต้องการเบิกงบซ่อมทุกๆ ปี แต่ ประเทศอื่นเมืองอื่นเขาพัฒนาไปถึงไหนแล้ว สวยงามเคยจะทำตามเขาไหม .... พวกคุณไม่สงสารประชาชน สงสารประเทศชาติบ้างเหรอ!??”

ภาพที่ 5.37 แสดงการเจาะจงการต่อสู้ถึงหน่วยงานราชการ
เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562)

การเจาะจงไปที่หน่วยงานราชการใดหน่วยรายการหนึ่งเป็นอีกอุบายหนึ่งที่แอดมินของเพจนิยมใช้โดยการติดลิงค์ให้กับข้อความเพื่อให้ผู้ใช้สามารถคลิกเชื่อมต่อไปยังเพจเฟซบุ๊คของหน่วยงานราชการนั้นได้ อย่างไรก็ตามอุบายเช่นนี้มีข้อจำกัดอย่างยิ่งเพราะหน่วยงานราชการหนึ่งๆ มีโครงสร้างองค์กรขนาดใหญ่มาก การเจาะจงไปที่หน่วยราชการจึงเป็นเหมือน “การหว่านแห” ที่สุดท้ายแล้วไม่สามารถจับตัวผู้ต้องรับผิดชอบต่อกรณีปัญหาตัวจริงขึ้นมาได้

กรณีแผ่นปูบาทวิถีสาธารณะซึ่งมีขนาดบางและชำรุดได้ง่ายนั้น แอดมินเจาะจงการโจมตีไปที่ สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการควบคุมคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง ดังที่ปรากฏเป็นข้อมูลในเว็บไซต์สำนักการโยธา (2562) ในหัวข้ออำนาจหน้าที่และโครงสร้างของสำนักการโยธาดังนี้

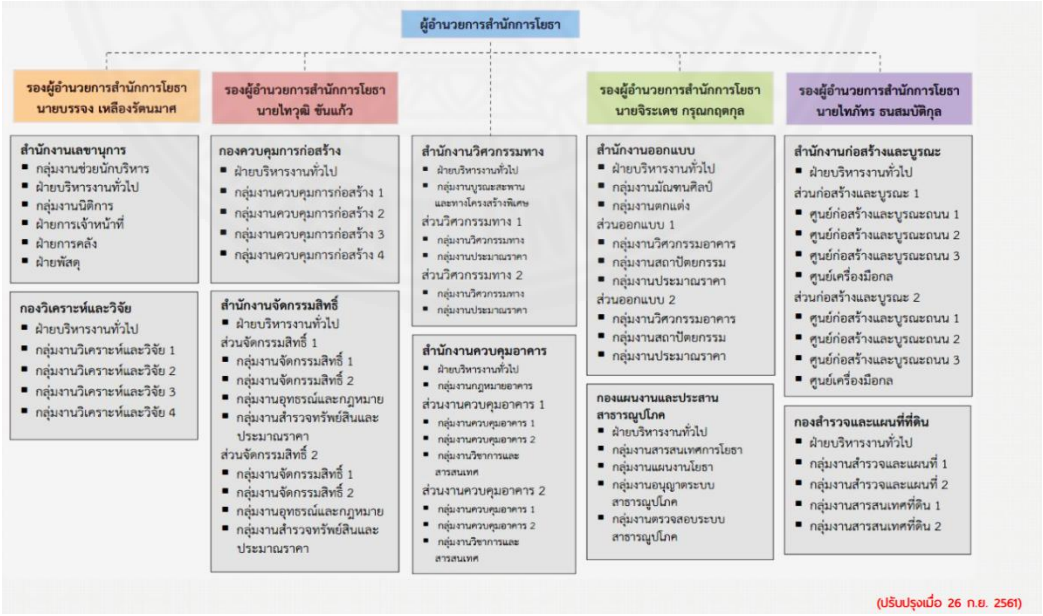
สำนักการโยธา มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1. ดำเนินการเกี่ยวกับการวางแผนการโยธา การพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวกับงานโยธาและงานโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการพิจารณาอนุญาต ประสานงาน ตรวจสอบ และการกำกับดูแลให้หน่วยงานด้านสาธารณูปโภคหรือด้านโครงสร้างพื้นฐานดำเนินการก่อสร้างในเขตทางสาธารณะ

2. ดำเนินการเกี่ยวกับการตรวจสอบ วิเคราะห์ และควบคุมคุณภาพของวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง

3. ดำเนินการเกี่ยวกับการก่อสร้าง การบูรณะและบำรุงรักษาทาง การติดตั้ง ตรวจสอบและควบคุมไฟฟ้าสาธารณะ รวมทั้งให้บริการและสนับสนุนการปฏิบัติงานเพื่อบรรเทาวิบัติภัย ... (เว็บไซต์สำนักการโยธา, 2562)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าสำนักการโยธา กรุงเทพมหานครมีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลเรื่องคุณภาพวัสดุของแผ่นปูบาทวิถีจริง หากแต่เมื่อพิจารณาถึงแผนผังองค์กรซึ่งจะนำเสนอต่อไปประกอบจะพบว่าเป็นเรื่องยากที่กลุ่มคนธรรมดาจะสามารถเจาะจงตัวผู้รับผิดชอบที่ต้องแก้ไขได้อย่างถูกบุคคลเนื่องจากแผนผังการบังคับบัญชาที่ซับซ้อนและหน้าที่ความรับผิดชอบของแผนกต่างๆ ที่ไม่มีคำอธิบายอย่างชัดเจนทำให้ฝ่ายโครงสร้างสามารถหลีกหนีความรับผิดชอบไปได้ แผนผังองค์กรเป็นไปตามแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5.38 แผนผังองค์กรสำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร
เว็บไซต์สำนักการโยธา (2562)

จากแผนผังจะเห็นได้ว่าภายในหน่วยงานสำนักการโยธานั้นมีสายบังคับบัญชาแยกย่อยออกไปมากมาย ซ้ำปัญหาที่เกิดขึ้นก็ยังสามารถตีความว่าเป็นความรับผิดชอบที่เหลือบทับกันของหลายแผนก เช่น ปัญหาแผ่นปูกระเบื้องชำรุดอาจเป็นความรับผิดชอบของกองควบคุมการก่อสร้างก็ได้ สำนักงานวิศวกรรมทางก็ได้ สำนักงานออกแบบก็ได้ หรือกองแผนงานและประสานสาธารณูปโภคก็ได้ ฯลฯ

จึงเห็นได้ว่าแม้คนธรรมดาจะสามารถเล็งเป้าการโจมตีได้ถูกหน่วยงานแล้ว แต่หากไม่เคยติดตามเรื่อง ค้นหาข้อมูลและทดลองติดต่อหน่วยงานราชการนั้นเข้าไปจริงๆ ผู้เรียกร้องที่มีอำนาจน้อยกว่าจะไม่สามารถระบุตัวผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบเหตุการณ์ นอกจากนั้นเอกสารราชการยังมีความซับซ้อนและไม่ถูกเผยแพร่อย่างทั่วถึง บางครั้งจึงเกิดเป็นช่องว่างให้ฝ่ายโครงสร้างกลับมา “เอาคืน” กลุ่มผู้เรียกร้องได้ เช่น กรณีนายสกลธี ภัททิยกุล รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (กทม.) โพสต์ภาพเอกสารประกาศของสำนักงานเขตจตุจักรเพื่อตอบโต้การที่เพจวิจารณ์ว่ามีการปล่อยปละให้ตั้งร้านขายของบริเวณทางเดิน บริเวณหน้าห้างสรรพสินค้าย่านห้าแยกลาดพร้าวอีกครั้ง (*“สกลธี” ซัดกลับ*, โพสต์ทูเดย์, 2561) โดยเอกสารระบุว่าการห้ามขายจะมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 พฤศจิกายน 2561 เป็นต้นไป

ภาพที่ 5.39 ฝ่ายโครงสร้าง “เอาคืน” กลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อต้าน
(*“สกลธี” ซัดกลับ*, โพสต์ทูเดย์, 2561)

เห็นได้ว่าความด้อยประสบการณ์และไม่เตรียมความพร้อมนอกจากทำให้การเรียกร้องไม่ถูกส่งไปยังผู้รับผิดชอบโดยตรงแล้ว ยังอาจกลายเป็นจุดอ่อนที่เปิดให้ฝ่ายโครงสร้างย้อนกลับมาตำหนิกลุ่มคนธรรมดาจนอับอายได้ ซึ่งอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้การรณรงค์เรียกร้องออนไลน์ไม่สามารถขยับขยายจนนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในเชิงโครงสร้างและนโยบายได้

5.2.1.2 เลือกเป้าหมายเป็นคนอำนาจน้อยระดับล่าง

กลุ่มคนอำนาจน้อยระดับล่างคือกลุ่มชนชั้นกลางที่ประกอบอาชีพหรือทำกิจกรรมบทบาทวิถีและท้องถนน ได้แก่ พ่อค้าแม่ขาย พนักงานขับมอเตอร์ไซค์ พนักงานขับรถแท็กซี่ ขอทาน และอื่นๆ แอดมินเลือกเป้าการวิพากษ์คนกลุ่มนี้ใน 2 ประเด็นกล่าวคือ หนึ่ง ไร้ความรับผิดชอบและขาดสามัญสำนึก เช่น ข้อความว่า “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้ !! ตาย-าให้หมดประชากรไร้คุณภาพแบบนี้ !!” กรณีผู้ขับขี่มอเตอร์ไซค์ยกไม้กั้นขึ้นเพื่อผ่านทางทั้งๆ ที่รถไฟกำลังมา (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562) สอง วิจารณ์การเอาเปรียบผู้อื่นด้วยการนำเอาพื้นที่สาธารณะมาใช้ประโยชน์ส่วนตัว เช่น ข้อความ “...แยกห้วยขวาง ศาลพระพิฆเนศ ล่าสุดเมื่อคืนกลับมาอีกแล้วครับ ถอยไปตั้งที่ไม่มีแผงกั้น #ยอมใจความหน้าด้าน และไม่เกรงกลัวอะไรทั้งนั้น” กล่าวถึงกรณีแผงลอยหมอดูนำเอาบาทวิถีเป็นพื้นที่ตั้งแผง และแม้จะมีการจัดทำรั้วเหล็กกั้นก็ถอยไปใช้พื้นที่บาทวิถีถัดไปอยู่ดี (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

สำหรับกลุ่มที่ตกเป็นเป้าวิพากษ์วิจารณ์ของเพจแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ หนึ่ง พ่อค้าแม่ขายทั้งร้านค้าริมถนน แผงลอย และรถเข็น สอง กลุ่มพนักงานรับจ้างขับพาหนะสาธารณะ ทั้งรถมอเตอร์ไซค์ แท็กซี่ สามล้อ ฯลฯ และ สาม วณิพก เช่น ขอทาน และคนไร้บ้าน

ภาพที่ 5.40 แม่ค้าล้างภาชนะบนบาทวิถี
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพที่ 5.41 พนักงานขับมอเตอร์ไซค์จอดรถบนบาทวิถี
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพที่ 5.42 ขอทานต่างด้าวกลางบาทวิถี
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากการสังเกต ผู้วิจัยพบว่าชนชั้นกลางระดับล่างเหล่านี้ตกเป็นกลุ่มเป้าหมายลำดับรองที่กลุ่มแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนมุ่งเป้าวิพากษ์วิจารณ์ การวิจารณ์มุ่งเน้นไป

ที่การต่อว่า ระบายอารมณ์ และทำให้คนกลุ่มนี้กลายเป็นตัวปัญหา เช่น ข้อความว่า “อยากรู้ว่าพวกวินมอเตอร์ไซค์ตั้งบนฟุตปาธขวางทางไปหมดที่มีกระจายอยู่ทั่วกรุงฯ ใครเป็นคนอนุญาตให้ตั้ง แล้วเขาต้องจ่ายเงินไหม แล้วจ่ายให้ใครครับ ??” (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562) จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าข้อความนี้เป็นการแบ่งเขาแบ่งเรา แสดงให้เห็นว่า “วินมอเตอร์ไซค์” เป็นพวกอื่นและเป็นตัวปัญหาที่หน่วยงานราชการต้องเข้ามาจัดการ

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการวิพากษ์วิจารณ์เหล่านี้ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาแต่เป็นการต่อว่าและเย้ยหยันว่าเป็นกลุ่มคนที่ไม่เห็นแก่ส่วนร่วม ไม่มีจิตสำนึกสาธารณะจึงไม่ปฏิบัติตามกฎหมายและก่อให้เกิดความเดือดร้อนรำคาญแก่ชนชั้นกลางระดับบนอย่างพวกของตนมากกว่า ดังนี้ ผู้วิจัยอาจสรุปว่าการวิจารณ์คนกลุ่มนี้เกิดขึ้นเพื่อจุดประสงค์ในการยึดโยงสมาชิกร่วมเพจอย่างน้อย 2 ด้านดังต่อไปนี้

1. การบอกตำแหน่งแห่งที่ของชนชั้นตนเอง-ชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมาก อีกทั้งยังไม่มีรากฐานทางชนชั้นมาจากบรรพบุรุษเหมือนเช่นชนชั้นล่างหรือชนชั้นสูง ดังนั้น การยึดโยงสมาชิกให้เกิดสายสัมพันธ์เป็นเครือข่ายจะเกิดขึ้นไม่ได้หากยังไม่มีการ “นิยาม” ว่าใครคือผู้มีสิทธิและเหมาะสมที่จะเข้ามาร่วมในเพจนี้ได้ รวมถึงยังอาจเป็นการก่อรูปก่อร่างอัตลักษณ์ของชนชั้นกลางที่ใส่ใจต่อปัญหาสาธารณะบนท้องถนนขึ้นมาเป็นกลุ่มใหม่อีกด้วย

2. การสร้างภาพศัตรูคู่ตรงข้าม-แอดมินเพจและกลุ่มผู้สนับสนุนมักต่อว่าหน่วยงานราชการที่ไม่ทำหน้าที่บำบัดทุกข์บำรุงสุขให้แก่ประชาชน แต่อย่างไรก็ตามยังยอมรับว่าหน่วยงานรัฐเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและยังจำเป็นต้องมีไว้ หากแต่สำหรับกลุ่มคนชนชั้นกลางระดับล่างนั้น มุมมองของเพจมองว่าคนกลุ่มนี้เป็นภาระของสังคม แม้จะสังกัดชนชั้นกลางแต่ก็เป็นชายขอบที่คอยแต่สร้างความรำคาญให้แก่กลุ่มชนชั้นกลางกลุ่มอื่นๆ จึงสร้างภาพลักษณ์ให้คนกลุ่มนี้เป็นศัตรูที่ราชการไทยต้องกำจัดหรือควบคุมเพื่อให้สังคมเกิดความสงบสุข

โพสต์ที่เห็นได้ชัดคือโพสต์ที่เรียกร้องให้หน่วยงานราชการจัดการตรวจสอบพ่อค้าแม่ขายแผงลอยที่เป็นคนต่างด้าวบริเวณห้างสรรพสินค้าพร้อมบอกว่า “รถเข็นเวียดนามสามคันเลย” หรือ “เรียกลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษสำเนียงเวียดนามเลย” ซึ่งแสดงว่าแอดมินและผู้สนับสนุนมีทัศนคติแบ่งแยกคนกลุ่มนี้ว่ามิใช่เป็นพวกเดียวกับตนเอง และเป็นฝ่ายศัตรูที่สร้างความเดือดร้อนให้แก่สังคมไทย

Ref. code: 25615807300040CHL

สรุปอุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้

เพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” อุบายในการเลือกคู่ต่อสู้โดยเน้นให้น้ำหนักกับหน่วยงานราชการในฐานะผู้รับผิดชอบที่ไม่ทำหน้าที่เป็นอันดับแรก และตามมาด้วยการมุ่งเน้นไปที่กลุ่มชนชั้นกลางระดับล่างผู้สร้างปัญหา ดังจะแสดงรายละเอียดได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1

สรุปอุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

คู่ต่อสู้	คำอธิบาย	ความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์	จุดประสงค์	ผลลัพธ์
1. หน่วยงานราชการ	กลุ่มโครงสร้างผู้มีอำนาจเป็นอันดับแรกที่คนธรรมดาอำนาจน้อยกว่าจะเลือกตั้งเป้าวิพากษ์วิจารณ์ใน 3 ประเด็นคือละเลยการปฏิบัติหน้าที่ ไร้ประสิทธิภาพในการทำงาน และไม่มีจริยธรรม	ผู้รับผิดชอบโดยตรง	เพื่อเรียกร้องให้ทำหน้าที่แก้ไขปัญหา	ไม่ได้ผลจนกว่าสื่อมวลชนจะร่วมนำเสนอข่าวด้วย สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน
1.1. ระบุตัวบุคคล	การระบุตัวผู้มีอำนาจด้วยการใส่ชื่อแล้วเชื่อมต่อเข้าไปยังเฟซบุ๊คของบุคคลนั้น หากแต่บุคคลเหล่านั้นหลายครั้งไม่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์โดยตรง	ผู้รับผิดชอบโดยอ้อมแต่มีอำนาจมากกว่าผู้รับผิดชอบโดยตรง	เพื่อเรียกร้องให้ทำหน้าที่แก้ไขปัญหา	ไม่ได้ผลจนกว่าสื่อมวลชนจะร่วมนำเสนอข่าวด้วย สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน
1.2. ระบุหน่วยงาน	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงแต่ด้วยโครงสร้างระบบราชการที่ซับซ้อนทำให้ผู้มีอำนาจสามารถหลบเลี่ยงความรับผิดชอบไปได้	ผู้รับผิดชอบโดยตรง	เพื่อเรียกร้องให้ทำหน้าที่แก้ไขปัญหา	ไม่ได้ผลจนกว่าสื่อมวลชนจะร่วมนำเสนอข่าวด้วย สมาชิกได้แลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน
2. กลุ่มชนชั้นกลางระดับล่าง	กลุ่มชนชั้นกลางระดับล่างถือเป็นเป้าหมายลำดับที่สองที่ถูกตั้งเป้าวิพากษ์วิจารณ์ใน 2 ประเด็นคือ ความรับผิดชอบ และการใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อประโยชน์ส่วนตัว	ผู้ทำให้เกิดความเดือดร้อน	เพื่อระบายอารมณ์ สร้างอัตลักษณ์ และสร้างความเป็นกลุ่มก้อน	สมาชิกได้ระบายอารมณ์ เกิดความรู้สึกร่วมกันเป็น
2.1. กลุ่มพ่อค้าแม่ขาย	การพูดถึงคนกลุ่มนี้ลอยๆ แบบไม่เจาะจง	ผู้ทำให้เกิดความเดือดร้อน	เพื่อระบายอารมณ์ สร้างอัตลักษณ์ และสร้างความเป็นกลุ่มก้อน	สมาชิกได้ระบายอารมณ์ เกิดความรู้สึกร่วมกันเป็นเครือข่าย
2.2. กลุ่มพนักงานขับขี่พาหนะสาธารณะ	การพูดถึงคนกลุ่มนี้ลอยๆ แบบไม่เจาะจง	ผู้ทำให้เกิดความเดือดร้อน	เพื่อระบายอารมณ์ สร้างอัตลักษณ์ และสร้างความเป็นกลุ่มก้อน	สมาชิกได้ระบายอารมณ์ เกิดความรู้สึกร่วมกันเป็นเครือข่าย
2.3. กลุ่มวนิพก	การพูดถึงคนกลุ่มนี้ลอยๆ แบบไม่เจาะจง	ผู้ทำให้เกิดความเดือดร้อน	เพื่อระบายอารมณ์ สร้างอัตลักษณ์ และสร้างความเป็นกลุ่มก้อน	สมาชิกได้ระบายอารมณ์ เกิดความรู้สึกร่วมกันเป็นเครือข่าย

5.2.2 การใช้เรื่องเล่า (Story Telling)

จากที่ Jeroma Bruner (1993) กล่าวถึงความสำคัญของการใช้เรื่องเล่าใน Acts of Meaning ว่าการเล่าเรื่องทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียนนั้นเป็นเครื่องมือในการส่งผ่านความรู้ทางวัฒนธรรมและความทรงจำของชาวบ้านโดยก้าวข้ามผ่านการกดทับของประวัติศาสตร์ฉบับราชการและวัฒนธรรมกระแสหลัก การย่นย่อ (reducing) และการทำให้ง่าย (simplifying) เรื่องราวให้เข้าใจง่าย เข้าถึงกลุ่มคนอันหลากหลาย ทำให้การเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือชั้นดีที่คนธรรมดา (ordinary people) สามารถหยิบฉวยมาใช้ต่อกรกับอำนาจของโครงสร้างที่ผลิตกลยุทธ์ครอบงำสังคมผ่านหลายช่องทาง หนึ่งในนั้นคือการเขียนประวัติศาสตร์ให้แก่สังคมเช่นกัน

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสร้างเรื่องเล่าประวัติศาสตร์ฉบับคนธรรมดาต้องมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 5 ประการคือ โครงเรื่อง ความขัดแย้ง และตัวละคร เพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการขับเคลื่อน 4 ข้อซึ่งผู้วิจัยดัดแปลงมาจากข้อเสนอของ Jeroma Bruner (1993) ดังนี้ หนึ่ง การกำหนดจุดมุ่งหมายร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ต่อต้านและผู้นำ สอง การเรียงลำดับเหตุการณ์เพื่อให้เกิดเป็นประวัติศาสตร์ฉบับที่เข้าใจร่วมกัน สาม การออกไปนอกกรอบของสังคมเพื่อให้เกิดความตื่นตัว สี่ เพื่อสร้างความเป็นมนุษย์ให้แก่เรื่องราวอันจะจับใจผู้รับสาร

5.2.2.1 โครงเรื่อง (Plot)

แอดมินของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” สร้างเรื่องราวของคนธรรมดาที่ทนเห็นความอยุติธรรมการนิ่งเฉย และการรังแกประชาชนของหน่วยงานภาครัฐไม่ไหว จึงลุกขึ้นมาเป็นสวมหน้ากากปิดบังตัวตนและกลายเป็นฮีโร่ที่ไม่มีใครรู้ตัวตน (anonymous hero) บนโลกออนไลน์และช่วยต่อสู้กับปัญหาบนท้องถนนผ่านการส่งต่อข้อมูลและระดมผู้คนออนไลน์ออกไปช่วยเหลือสังคม อย่างไรก็ตาม พล็อตเรื่องของเพจมีความซับซ้อนมากกว่านั้นดังจะอธิบายต่อไปนี้

ภาพที่ 5.43 การสร้างเรื่องราวของคนธรรมดา
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากโพสต์ข้างต้น จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าของเจ้าของกระทู้แสดงให้เห็นทัศนคติของแอดมินที่มีต่อตนเองว่าเป็นฮีโร่คอยสอดส่องความสถานการณ์บนบาทวิถีของสังคม เมื่อมีผู้ร้าย (กลุ่มพ่อค้าแม่ขาย) กลับมาสร้างความเดือดร้อนให้แก่ประชาชน (กลุ่มคนเดินถนน) ฮีโร่สวมหน้ากากก็กลับมาปราบปรามเหล่าร้ายด้วยการจี้ให้หน่วยงานราชการแก้ปัญหา
แต่ที่น่าสนใจคือเมื่อกลุ่มผู้ร้ายย้ายฝ่ายกลายเป็นหน่วยงานราชการเสียเอง ท่าทีของฮีโร่สวมหน้ากากกลับเปลี่ยนไปดังเห็นได้จากโพสต์ต่อไปนี้

ภาพที่ 5.44 การแสดงให้เห็นท่าทีของแอดมินที่เปลี่ยนไป
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากโพสต์ข้างต้น จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าท่าทีของ “ฮีโร่สวมหน้ากาก” นั้นมีความลักลั่นอยู่ในหลายส่วน กล่าวคือแม้จะวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของราชการอย่างดุเดือด (ข้อความ “ทำงานได้มาตรฐานประเทศด้อยพัฒนาไม่เคยเปลี่ยนแปลง!!”) แต่บทสรุปกลับกลายเป็นการร้องขอความเห็นใจจากผู้มีอำนาจสูงกว่า (ข้อความ “ท่านอัศวินช่วยมาดูหน่อยเถอะครับ #ทีมอัศวิน”) ซึ่งแท้จริงแล้วก็คือส่วนหนึ่งของ “ฝ่ายร้าย” ที่ตนเองกำลังต่อสู้อยู่

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการกระทำเช่นนี้เป็นสิ่งผิดฝาผิดตัวเป็นอย่างมากเนื่องจากข้าราชการเองก็เป็นส่วนหนึ่งของฝ่ายโครงสร้างที่เป็นตัวการให้เกิดปัญหานี้ขึ้น แถมยิ่งเป็นข้าราชการตำแหน่งสูงที่มีอำนาจแล้วก็ยิ่งเป็น “หัวหน้า” ของฝ่ายโครงสร้างด้วยซ้ำ ดังนั้นขอร้องให้ “ท่านอัศวิน” ในฐานะส่วนหนึ่งของหน่วยงานราชการมา “โปรด” ประชาชนที่กำลังลำบากนั้นจึง

เป็นเรื่องแปลกประหลาด เพราะแท้จริงแล้วการแก้ไขปัญหานี้เป็นหน้าที่ที่หน่วยงานราชการต้องทำ เพื่อให้สมกับที่ได้รับเงินเดือนจากภาษีของประชาชนต่างหาก

โดยสรุป เราจะเห็นว่าพล็อตเรื่องของกรณีนี้จะเริ่มต้นจากเหตุการณ์ไม่ปกติสุขสักอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นบนฟุตบาท (exposition) ก่อนจะสร้างความเดือดร้อนจนเหตุการณ์เริ่มตึงเครียดมากขึ้น (rising) จนถึงจุดสุดของเรื่องคือตอนที่หน่วยงานราชการหรือผู้มีอำนาจเข้ามาช่วยเหลือประชาชนจากเหตุการณ์ (climax) จากนั้นเหตุการณ์ก็ค่อยๆ คลี่คลายโดยมีแอดมินคอยจับตาดูความเรียบร้อยต่อไป (falling action) เมื่อหน่วยงานราชการแก้ปัญหาเรียกร้อย พื้นที่บนท้องถนนก็กลับเข้าสู่สภาวะปกติ ทุกคนซาบซึ้งและรู้สึกของคุณหน่วยงานราชการที่เข้ามาช่วยเหลือ (resolution) ผู้วิจัยเขียนแผนภาพเพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.45 แสดงพล็อตเรื่องของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าพล็อตเรื่องของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นมีลักษณะแปลกในหลายจุด อย่างแรกคือการพล็อตเรื่องให้พระเอกที่แท้จริงกลายเป็น “ผู้ใหญ่” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างราชการและเป็น “ตัวการสำคัญ” ที่ทำให้เกิดปัญหาอาจเป็นปัจจัยที่ทำให้เพจไม่สามารถผลักดันกรณีปัญหาไปมากกว่าการเรียกร้องให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางกฎหมายหรือโครงสร้างสังคม อย่างที่สองคือผู้วิจัยสังเกตว่าพล็อตเรื่องของเพจนั้นแปรผันไปตาม “ฝ่ายร้าย” ของเรื่องราว หากเป็นความเดือดร้อนที่เกิดจากฝ่ายด้อยอำนาจกว่าอย่าง กลุ่มพ่อค้าแม่ขาย ผู้ขับขี่รถสาธารณะรับจ้าง หรือกลุ่มวณิพก พล็อตเรื่องที่แอดมินสร้างขึ้นจะกลายเป็นฮีโร่ที่ช่วยหน่วยงานราชการ (โครงสร้าง) ในการปราบเหล่าร้าย (กลุ่มคนธรรมดาที่ด้อยอำนาจกว่า) ให้หมดสิ้นไปจากสังคม หากแต่เมื่อเปลี่ยน “ฝ่ายร้าย” กลายเป็นโครงสร้างผู้มีอำนาจเหนือ พล็อตเรื่องกลับ

Ref. code: 25615807300040CHL

กลายเป็นประชาชนตาดำๆ ที่อ้อนวอนขอความเมตตาจาก “ผู้ใหญ่ใจดี” ให้เข้ามาจัดการ “ลูกน้องแตกแถว” ที่ไม่ทำหน้าที่ เพื่อให้ตัวและพรรคพวกสามารถอยู่รอดในสังคมอันโหดร้ายต่อไปได้

5.2.2.2 ความขัดแย้ง (Conflict)

เป็นความขัดแย้งในสองมิติ คือหนึ่งความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกัน (ประชาชนที่เดือดร้อนกับประชาชนที่ใช้บาทวิถีเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว) สองความขัดแย้งระหว่างระหว่างมนุษย์กับสถาบัน (ประชาชนที่เดือดร้อนกับหน่วยงานราชการผู้รับผิดชอบ) ที่น่าสนใจคือเมื่อแอดมินเพจระบุถึงความขัดแย้งระหว่างผู้เดือดร้อนกับหน่วยงานราชการ สถานการณ์นั้นจะเป็นไปอย่างคลุมเครือกล่าวคือด้านหนึ่งก็รู้สึกโกรธเคืองและตั้งข้อสงสัยถึงประสิทธิภาพการทำงานของหน่วยงานราชการ หากแต่อีกด้านหนึ่งก็ร้องขอความเมตตาจากหน่วยงานราชการอื่นๆ หรือ “ผู้หลักผู้ใหญ่ในสังคม” ให้เข้ามาสอดส่องดูแลปัญหา โดยมองข้ามไปว่ารากเหง้าของปัญหานั้นอาจเกิดจากการละเลยปฏิบัติหน้าที่ของ “ผู้หลักผู้ใหญ่ในสังคม” เหล่านั้นเอง

ภาพที่ 5.46 แอดมินยกย่อง *การไฟฟ้านครหลวง* เป็นฮีโร่ที่ช่วยสร้างบาทวิถีดีๆ ทั้งที่ความจริงเป็นหน้าที่ของหน่วยราชการอยู่แล้ว (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ความสัมพันธ์แบบ “ทั้งรักทั้งชัง” นี้จึงกลายเป็นความขัดแย้งที่สร้างความงวยงงให้แก่ประชาชนผู้ต่อต้านว่าควรมีท่าทีต่อหน่วยงานราชการอย่างไร เนื่องจากด้านหนึ่งก็ถูกเรียกร้องให้โกรธเคืองและวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานราชการอย่างรุนแรง แต่อีกด้านหนึ่งก็กลับซาบซึ้งและรู้สึกเป็นหนี้บุญคุณหน่วยงานราชการที่เข้ามาปัดเป่าปัญหาออกไป

นอกจากนั้น เมื่อพิจารณาถึงประเด็นความขัดแย้งที่นำเสนอจะพบว่าเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นำเสนอเรื่องราวความขัดแย้งที่หลากหลายมาก มีทั้งบาทวิถีชำรุด การจราจรติดขัด มลพิษ การจอดรถขวางหน้าบ้าน การติดตั้งสายไฟฟ้าไม่เรียบร้อย การสร้างทางสำหรับผู้พิการไม่เหมาะสม ฯลฯ ความขัดแย้งมากมายที่กระจัดกระจายนี้กลายเป็นเรื่องราวที่ไม่ปะติดปะต่อ และไม่มีการลงรายละเอียดให้ลึกซึ้งพอให้ผู้ติดตามเข้าใจรายละเอียดทั้งหมด

5.2.2.3 ตัวละคร

ตัวละครมีลักษณะทั้งหลายมิติและมิติเดียวกล่าวคือตัวละครที่เป็นฝ่ายธรรมะหรือแอดมินนั้นถูกสร้างให้มีลักษณะเดียวคือความเป็นผู้กล้า พิทักษ์ความยุติธรรมและเป็นนักสู้ ส่วนกลุ่มผู้สร้างความเดือดร้อนที่เป็นกลุ่มคนธรรมดาที่เป็นพ่อค้าแม่ขาย พนักงานขับรับจ้างสาธารณะหรือวณิพก แอดมินจะสร้างภาพมิติเดียวให้แก่คนกลุ่มนี้กล่าวคือเป็นผู้สร้างความเดือดร้อน ไม่รับผิดชอบ ไม่มีจิตสำนึก และควรลงโทษให้สาสม

ภาพที่ 5.47 การสร้างภาพตัวละครให้คนชั้นล่างเป็นผู้ร้าย
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากภาพด้านบนจะเห็นว่าแอดมินพยายามสร้างภาพให้กลุ่มคนขับรถแท็กซี่สาธารณะเป็นคนที่ไม่รู้จักผิดชอบชั่วดีเนื่องจากแม้แต่ในช่วงเวลาเร่งด่วนก็ยังไม่มีสำนึกว่าไม่ควรจอดรถเพื่อรอลูกค้าจนสร้างความเดือดร้อนให้แก่สาธารณะ รวมถึงเป็นผู้ไม่เคารพกฎหมายบ้านเมืองเพราะจอดรถฝ่าฝืนกฎหมายจราจรอย่างชัดเจน โดยไม่ได้พยายามมองในมุมมองของผู้ขับขี่รถแท็กซี่บ้าง

อย่างไรก็ตาม เมื่อ “ผู้ร้าย” เปลี่ยนกลุ่มมาเป็นหน่วยงานราชการบ้าง แอดมินกลับสร้างภาพตัวละครหลายมิติขึ้น ด้านหนึ่งหน่วยงานราชการเป็นกลุ่มด้อยประสิทธิภาพ ทำงานไม่เป็น และคอยหลบเลี่ยงปัญหา แต่อีกด้านหนึ่งก็ยกย่องให้เป็นผู้ช่วยเหลือแก้ปัญหา และกลายเป็นฮีโร่ที่เข้ามาปัดเป่าทุกข์ของประชาชน

ภาพที่ 5.48 การสร้างภาพหน่วยราชการที่ย้อนแย้งกันเอง
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากภาพจะเห็นว่า แอดมินมีท่าทีเห็นใจหน่วยงานเขตจตุจักรว่าอาจไม่มีกำลังคนมากพอในการจัดการกับปัญหาขยะ (จากข้อความ ...ก็รู้ว่าเป็นจุดท่องเที่ยว ถ้าเขตจตุจักรไม่มีกำลังคนจัดเก็บ ก็ลองเอาถังขยะเขียวเหลืองใหญ่ๆ สัก 20 ใบมาตั้งเรียงกัน...) ซึ่งจะเห็นได้ว่าด้านหนึ่งแอดมินวิพากษ์วิจารณ์การทำงานที่ด้อยประสิทธิภาพของเขตจตุจักร แต่ในอีกด้านก็เห็นใจที่ขาดกำลังคนทำงานและแนะนำทางแก้ปัญหาให้ด้วยความเห็นใจ

การสร้างตัวละครที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานราชการอันสับสนเช่นนี้ทำให้เรื่องราวการต่อสู้ดูไม่มีทิศทาง แม้จะเป็นเรื่องราวที่มองรอบด้านมากขึ้นแต่ก็ทำให้โครงเรื่องสับสน ผู้ติดตามไม่ทราบแน่ว่าควรมีท่าทีอย่างไรต่อหน่วยงานราชการส่งผลให้เกิดการตีความใหม่ที่ไม่เป็นไปตามความตั้งใจของแอดมินผู้ส่งสาร

เมื่อพล็อตเรื่องเหล่านี้ถูกส่งต่อไปยังสื่อสารมวลชนกระแสหลัก สื่อเหล่านั้นก็ตีความปัญหาออกมาในสองวิถีทางกล่าวคือ หนึ่ง สำหรับคู่กรณีที่เป็นกลุ่มคนอำนาจน้อยที่สร้างความเดือดร้อน เช่น พ่อค้าแม่ขาย พนักงานขับรถสาธารณะ และวณิพก สื่อมวลชนจะรายงานตามการออกแบบสารของแอดมินคือสร้างเรื่องราวให้คนเหล่านั้นเป็นคนไม่รับผิดชอบต่อสังคม เป็นคนมักง่าย และไม่มีจิตสำนึกสาธารณะ ตอกย้ำความคิดกระแสหลักของสังคมที่มองคนกลุ่มนี้ในแง่ร้ายเพิ่มเติมต่อไป

ภาพที่ 5.49 การรายงานข่าวที่ตอกย้ำมายาคติของสังคม
(*จวกยับแม่ค้า*, ผู้จัดการออนไลน์, 2561) และ (*อ่านแล้วเบรกหัวทิ่ม*, ทีนิวส์, 2560)

การตีความลักษณะที่ สอง คือสำหรับคู่กรณีที่เป็นหน่วยงานราชการ สื่อมวลชนกระแสหลักจะตีความด้านที่เอื้อประโยชน์ให้แก่หน่วยราชการ ซึ่งมีทั้งการทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรับรู้ถึงการทำงานอย่างจริงจังของหน่วยงานราชการ เช่น กรณีการแก้ปัญหาทางเท้าบริเวณแยกรัชโยธิน ผู้จัดการออนไลน์ เมื่อวันที่ 11 ก.ย. 2561 รายงานว่า

“พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ลงพื้นที่คุมการแก้ปัญหาทางเท้าแยกรัชโยธินด้วยตัวเอง โดยได้กล่าวกับทางฝ่ายผู้รับเหมา ว่า สภาพเช่นนี้เดินไม่ได้ ไปก็ติดต้นไม้ และว่า “ตอนนี้ผมถามว่าประชาชนจะไปเดินตรงไหน คุณต้องแก้ปัญหาตรงนี้ให้ผมก่อน” และเมื่อฝ่ายผู้รับเหมากล่าวว่า บางจุดจะเป็นคอขวด 60 เซนติเมตร ก็กล่าวว่า กี่เซนติเมตร หรือจะเป็นคอขวด ประชาชนต้องเดินได้” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนพยายามสร้างภาพให้เห็นว่า “ผู้ว่าฯ อัศวิน” ทำหน้าที่ของตนเองอย่างดีที่สุดแล้ว และกลายเป็น “ฮีโร่” ผู้มาปัดเป่าความทุกข์ยากให้ประชาชน

ภาพที่ 5.50 ข่าวที่แสดงว่าสื่อมวลชนกระแสหลักเข้าข้างฝ่ายโครงสร้าง (*เฉียบ! “ผู้ว่าอัศวิน”*, ผู้จัดการออนไลน์, 2561)

หรือบางกรณี สื่อมวลชนกระแสหลักก็ทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่หน่วยงานราชการในการแก้ไขความเข้าใจผิดของประชาชน หรือพูดอีกอย่าง คือการมอบพื้นที่สื่อให้แก่บุคคลที่มีอำนาจอยู่แล้วให้ยิ่งมีอำนาจมากยิ่งขึ้นการเสนอความจริงในด้านของตน และ “ซัดกลับ” เสียงต่อต้านให้เงียบเสียงลงอีก เช่น กรณีโพสต์ทูเดย์ เผยแพร่วันที่ 24 พฤษภาคม 2561 รายงานข่าวเรื่องการตอบโต้การวิจารณ์การจัดระเบียบทางเท้าหน้าห้างสรรพสินค้าลาดพร้าวของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ว่านายสกลธี ภัททิยกุล รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร (กทม.) โพสต์ภาพข้อสรุปที่ประชุมร่วมผ่านเฟซบุ๊คซึ่งระบุว่าการห้ามขายจะมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 29 พฤษภาคม 2561 ซึ่งวันที่แอดมินนำมาโพสต์ยังไม่ถึงกำหนด และ “ซัดกลับ” ว่าจะต่อว่าอะไรควรหาข้อมูลหรืออ่านให้มากกว่านี้

ภาพที่ 5.51 สื่อมวลชนกระแสหลักทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้แก่ฝ่ายโครงสร้าง (*“สกลธี” ซัดกลับ*, โพสต์ทูเดย์, 2561)

สรุป จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าท่าทีที่ไม่ชัดเจนของแอดมินในการสร้างบอกเล่าเรื่องราวเพื่อนำไปสู่การต่อสู้นั้นเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ทำให้การต่อสู้ไม่ประสบความสำเร็จในระดับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม เนื่องจากสร้างความสับสนให้แก่คนธรรมดาผู้สนับสนุนและยังเปิดช่องว่างให้สื่อมวลชนสามารถตีความเรื่องราวเพื่อเข้าข้างฝ่ายโครงสร้างได้อีกด้วย

5.2.3 การเลือกใช้สื่อผสม (Mixed Media)

ผู้วิจัยพบว่าเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ไม่สามารถใช้สื่อหลากหลายชนิดเพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมได้ โดยหลักแล้ว แอดมินมักจะเริ่มต้นการต่อสู้จากพื้นที่ออนไลน์และจำกัดตัวเองอยู่บนแฟลตฟอร์มนี้โดยไม่ได้ร่วมมือหรือใช้งานสื่อชนิดอื่นในการแก้ปัญหา

ผู้วิจัยสามารถแจกแจงประเภทสื่อที่แอดมินและกลุ่มผู้เข้าร่วมการต่อสู้ใช้ได้เป็น 3 ชนิดดังต่อไปนี้

5.2.3.1 สื่ออิเล็กทรอนิกส์

สื่อประเภทที่แอดมินใช้เป็นหลักคือสื่อโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊คซึ่งแอดมินสร้างและใช้เป็นฐานในการกระจายข่าวสารออกไปสู่คนภายนอกกลุ่ม โดยลักษณะของเนื้อหาที่ใช้จะเน้นหนักที่ภาพถ่ายเหตุการณ์ซึ่งส่วนใหญ่เป็นภาพถ่ายที่ส่งมาจากสมาชิกในภายในเพจนำเสนอมาให้ นอกจากนี้ยังมีการแชร์ข่าวจากสำนักข่าวหรือเพจอื่นๆ หรือการแชร์วิดีโอจากทางบ้านลงในหน้าเพจของตนเอง อย่างไรก็ตาม เทคนิคการนำเสนอดังกล่าวนี้ส่งผลให้พลังในการผลักดันการต่อสู้ไปสู่การแก้ปัญหาน้อยเนื่องจาก หนึ่ง การไม่สามารถสร้างวิสัยทัศน์ (vision) ร่วมกันว่าการต่อสู้จะเริ่มอย่างไร

ดำเนินการอย่างไร และประสบความสำเร็จได้อย่างไร สอง ลักษณะความเป็นปัจเจกชนผู้ไม่ต้องการระบุตัวตน (anonymous) นั้นทำให้การต่อสู้ไม่มี “เจ้าภาพ” หรือผู้รับผิดชอบหลักเกิดขึ้น

วัตถุประสงค์ของการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์นอกจากเป็นการนำเสนอประเด็นเข้าสู่เวทีการถกเถียงของทุกคนแล้ว ยังเป็นการรักษาความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคมอีกทางหนึ่ง เนื่องจากเมื่อแอดมินซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่เสมือนนำเอาข้อมูลและภาพจากสมาชิกในเพจมานำเสนอต่อสาธารณะ สมาชิกจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเพจและติดตามเพจต่อเนื่องด้วยความรู้สึกผูกพัน ขณะที่การแชร์ข่าวมาจากสำนักข่าวหรือเพจอื่นนั้นคือการแลกเปลี่ยนชื่อเสียงซึ่งกันและกัน เพราะผู้ติดตามจากทั้งสองเพจก็จะเห็นโพสต์นี้และเข้ามาแสดงความเห็นเพิ่มเติม ส่งเสริมให้ทั้งสองฝ่ายได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ

5.2.3.2 สื่อสารมวลชน

หลังจากการโพสต์เรื่องราวของแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุน สื่อมวลชนบางสำนักจะหยิบประเด็นเหล่านี้ไปนำเสนอต่อบนสื่อของตนเอง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

เฟลไม่เฟล แบบนี้ก็ได้ใช่ไหม! เพจดังพาไปส่องที่นี่ 'ฟุตปาทไทยแลนด์'

ภาพที่ 5.52 ตัวอย่างพาดหัวข่าวไทยรัฐออนไลน์ (*เฟลไม่เฟล*, 2560)

ภาพที่ 5.53 ตัวอย่างพาดหัวข่าวข่าวสดออนไลน์ (*อนาถใจสภาพ*, 2561)

ภาพที่ 5.54 ตัวอย่างพาดหัวข่าวทีนิวส์ (*เลนพิเศษ*, 2559)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการรายงานของสื่อมวลชนนั้นจะเป็นไปตามสาร (message) ที่แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนลงรหัส (encoding) ไว้เป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือ สำหรับกรณีที่คู่กรณีเป็นหน่วยงานภาครัฐสื่อมวลชนก็ดำเนินบทบาทเป็น ผู้วิพากษ์วิจารณ์ เพื่อตั้งคำถามกับการทำงานของหน่วยงานราชการ แต่หากคู่กรณีเป็นบุคคลธรรมดาอำนาจน้อยกว่าก็จะดำเนินบทบาทเป็น ผู้พิทักษ์โครงสร้าง ด้วยการชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนธรรมดาเหล่านี้ไม่มีความรับผิดชอบต่อสาธารณะ เป็นเนื้อร้ายที่ควรถูกกำจัดออกไปจากสังคม ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอข่าวของ

สื่อสารมวลชนกระแสหลักหลายสำนักจะมีลักษณะใกล้เคียงกันคือ การใช้ “เสียง” ของแอดมินเพจและกลุ่มผู้สนับสนุนมานำเสนอข่าวเป็นหลัก เริ่มด้วยการระบุว่าผู้สื่อข่าวพบการวิพากษ์วิจารณ์ในสื่อโซเชียลมีเดีย ตามมาด้วยการลงคำบรรยายข้อความ ภาพถ่าย วิดีโอที่แอดมินลง จากนั้นจึงรายงานคอมเมนต์ของกลุ่มผู้สนับสนุนซึ่งจะคัดมาเฉพาะความเห็นที่มีจำนวนปฏิสัมพันธ์ (engagement) สูงมารายงาน

น่าสังเกตว่าการรายงานของสื่อมวลชนนั้นมีลักษณะเป็นเพียงสื่อกลาง (medium) ที่แท้จริง กล่าวคือเป็นเพียงตัวกลางเพื่อส่งสารนี้ต่อไปยังผู้รับสาร แต่ไม่ได้ทำหน้าที่ในการเจาะประเด็นต่อ วิเคราะห์ หรือขยายความเข้าใจไปสู่ประเด็นอื่นๆ จึงอาจกล่าวได้ข่าวเหล่านี้ได้รับการให้ค่าเป็นเพียง “ข่าวสีสัน” ที่นำมาเติมเต็มพื้นที่ข่าว เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็จบไปโดยไม่มีการสานต่อไปสู่การเปลี่ยนแปลงใดๆ นอกจากนั้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเมื่อเทียบกับกรณี ป้าทุบรถ แล้ว การทำงานของสื่อมวลชนมีส่วนช่วยผลักดันให้เหตุการณ์ที่ถูกทำให้เป็นปกติ (normalised everyday life) กลายเป็นเรื่อง “ไม่ปกติ” และเป็นฉนวนซึ่งนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ หากแต่กรณีของ “เฮ้ยฟุตบาทไทยแลนด์” นั้น สื่อมวลชนเลือกเสนอข่าวเหล่านี้เป็นกิจวัตรเพื่อเติมเต็มพื้นที่ข่าวซึ่งอาจทำให้เรื่องราวความเดือดร้อนบนท้องถนนกลายเป็นกิจวัตร (routinised situation) ที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ปกติและประชาชนต้องจำทนต่อไป

อีกบทบาทหนึ่งที่เพิ่มขึ้นมาของสื่อมวลชนกระแสหลักเมื่อรายงานข่าวที่มีคู่กรณีเป็นภาครัฐคือการทำหน้าที่เป็น กระบอกเสียง ให้แก่หน่วยงานราชการเพื่อ “ซัดกลับ” หรือตอบโต้การนำเสนอข่าวสารของกลุ่มผู้ต่อต้าน (เช่น กรณีนายสกลธี ภัททิยกุล รองผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ต่อว่ากลุ่มผู้ต่อต้านว่าให้หาข้อมูลเรื่องบาทวิถีหน้าห้างสรรพสินค้าย่านลาดพร้าวให้ละเอียดก่อนโพสต์)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสังเกตว่าท่าทีของสื่อมวลชนจะเปลี่ยนแปลงไปจากนี้ได้หากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมีจังหวะและโอกาสที่ไม่ปกติเกิดขึ้นในสังคมเสียก่อน เช่นกรณีของผู้ใช้ทวิตเตอร์ @EmaEmika โพสต์ภาพและข้อความระบุว่า “เห็นมอเตอร์ไซค์ที่ขับบนทางเท้าชนเด็กนักเรียนบดินทร 3 ไม่โอเคมากๆ อ่ะ ชนต่อหน้าต่อตาอ่ะ หน้าปากซอยลาดพร้าว 69” (“เสียงน้องร้องดังลั่น,” 2561) และภายหลังกลายเป็นข่าวดังที่สำนักข่าวกระแสหลักให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

Ref. code: 25615807300040CHL

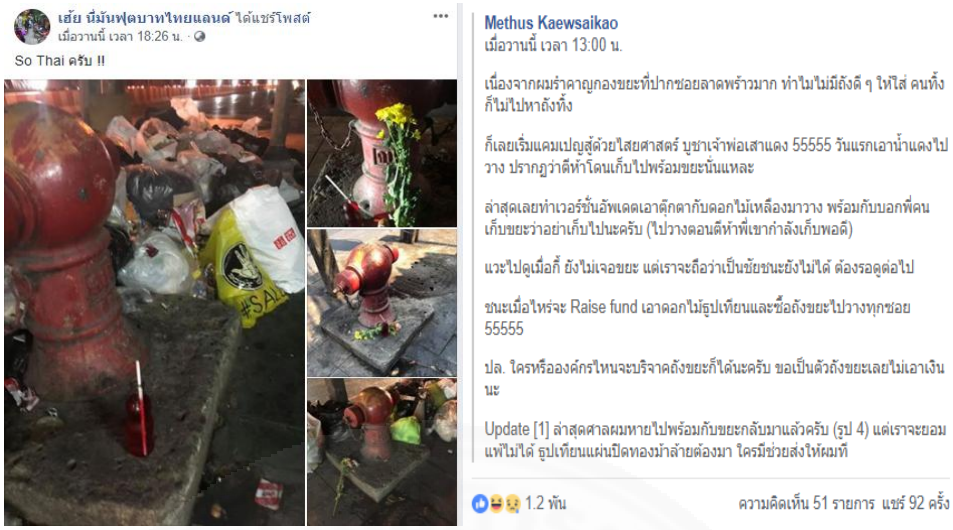
เสียงน้องร้องดังลั่น! พลเมืองดีเล่าวินาทีมอเตอร์ไซค์ชนนักเรียนบนทางเท้า

ภาพที่ 5.55 ข่าวจักรยานยนต์ชนเด็กนักเรียนบนบาทวิถี
(*เสียงน้องร้องดังลั่น!*, ไทยรัฐออนไลน์, 2561)

ท่ามกลางสถานการณ์ “ไม่ปกติ” นี้ แอดมินเพจและผู้ต่อต้านกลับไม่ใช้โอกาสนี้พลิกให้การต่อต้านยกระดับขึ้นเป็นการรณรงค์ไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง แต่กลับคงบทบาทการเป็นผู้วิพากษ์วิจารณ์อยู่ตามเดิม โดยให้สัมภาษณ์กับ วอซ์ส ทีวี (*‘คนเดินเท้า’ ร้อง*, 2560) ว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสะท้อนว่าสามัญสำนึกของประชาชนไทยเริ่มแย่ลงจนคิดว่าการกระทำความผิดเป็นเรื่องปกติไปแล้ว และวิจารณ์ภาครัฐว่าไม่บังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง และภายในเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ก็เพียงโพสต์ข้อความเชิงเห็นใจนักเรียนที่ถูกชน และแชร์ข่าวจากสำนักข่าวกระแสหลักเท่านั้น จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการต่อสู้ของแอดมินและกลุ่มผู้ต่อต้านอำนาจน้อย

หรือกรณีของผู้ใช้เฟซบุ๊ค Methus Kaewsaikao ซึ่งคิดแคมเปญสู้กับคนที่มาทิ้งขยะไม่เป็นที่ด้วยการนำดอกไม้ น้ำแดง และธูปเทียนบูชาไปวางไว้บริเวณหัวรับน้ำดับเพลิงเพื่อไม่ให้มีคนมาทิ้งขยะไม่เป็นที่ แอดมินเพียงแชร์ข่าวและโพสต์ข้อความสั้นๆ ว่า “So Thai ครับ” โดยไม่ใช้โอกาสนี้ในการสานต่อแคมเปญเพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทิ้งขยะของคนไทยต่อไป

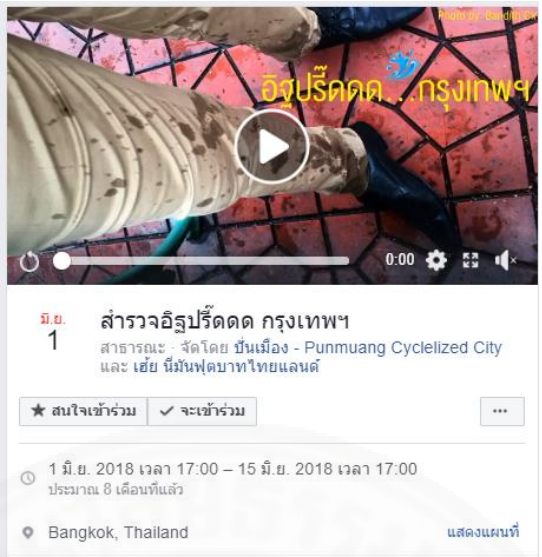
Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 5.56 การไม่สานต่อแคมเปญของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

5.2.3.3 สื่อกิจกรรม

สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่สร้างการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ต่อต้าน สายสัมพันธ์ที่ก่อรูปให้เกิดเป็นเครือข่าย รวมถึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะสร้าง “สถานการณ์ไม่ปกติ” ให้เกิดขึ้นในสังคม จากการวิเคราะห์เข้อมูลผู้วิจัยพบว่าเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” แทบไม่มีการจัดสื่อกิจกรรมขึ้นเลย มีเพียงครั้งเดียวคือกิจกรรม “สำรวจอิฐปรี๊ดดด กรุงเทพฯ” หรือ การสำรวจแผ่นกระเบื้องที่ปูไม่แนบสนิทกับพื้นจนทำให้นำขังพุ่งขึ้นมาโดนขายามคนเดินไปเหยียบ กิจกรรมนี้เป็นความร่วมมือระหว่างเพจ ปั่นเมือง-Punmmuang Cycleized City และ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ โดยขอความร่วมมือจากสมาชิกทุกคนให้ถ่ายรูป “อิฐปรี๊ด” หรือแผ่นกระเบื้องที่ปูไม่สนิท ระบุพิกัดและตำแหน่งเพื่อหาเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ และส่งข้อมูลมายังแอดมินเพจ การสำรวจเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิ.ย.-15 มิ.ย. 2560



ภาพที่ 5.57 ตัวอย่างกิจกรรมที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ พยายามดำเนินการ (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ผลปรากฏว่ามีผู้เข้าร่วม 67 คนจากคนสนใจทั้งหมด 210 คน (ตัวเลขจากการรายงานของเฟซบุ๊ค) ซึ่งหากเทียบกับจำนวนผู้ติดตามของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ซึ่งมีจำนวนมากถึงราว 8.8 หมื่นคน (ข้อมูลวันที่ 28 ม.ค. 2561) ก็นับเป็นจำนวนที่น้อยมาก ด้านผลลัพธ์พบว่าจากจำนวนปัญหาที่แจ้งเข้ามา 24 กรณีมีเพียงกรณีเดียวที่ได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างจริงจังจากราชการ โดยเพจ “ปั่นเมือง-Punmmuang Cycleized City” เป็นผู้รับผิดชอบจัดทำอินโฟกราฟิคเพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจดังต่อไปนี้

ภาพที่ 5.58 การจัดระเบียบข้อมูลโดยเพจ *ปั่นเมือง* ซึ่งเป็นเพจพันธมิตร (ปั่นเมือง, 2561)

ทั้งหมดจะเห็นว่าแม้มีการทำสื่อกิจกรรมแต่ผลตอบรับในเชิงจำนวนผู้เข้าร่วม และผลลัพธ์ของกิจกรรมไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังมากนัก จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสาเหตุมาจากการประชาสัมพันธ์ที่ไม่ทั่วถึงเนื่องจากมีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านทางโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊คเท่านั้น ไม่มีสื่อชนิดอื่นให้ความสนใจเข้าร่วมโปรโมทกิจกรรมเลย รวมถึงอุบายในการจัดงานยังไม่ดีพอเนื่องจากไม่เข้าใจธรรมชาติของชนชั้นกลางในเมือง กล่าวคือกิจกรรมนี้จัดขึ้นในรูปแบบกิจกรรมการกุศลคือ “ไม่มีรางวัลแจก” จึงไม่มีการแข่งขันและของที่ระลึกใดๆ ดึงดูดผู้ร่วมกิจกรรม นอกจากนั้นเข้าร่วมยังต้องสละเวลาและลงทุนลงแรงในการเดินไปตามถนนเพื่อสาธารณะประโยชน์ซึ่งไม่ใช่วิสัยของคนเมืองที่มีลักษณะปัจเจกชนหรือ “ตัวใครตัวมัน” มากกว่าสังคมอื่น

5.2.4 การผลิตวาทกรรมเพื่อตอบโต้

บนพื้นที่ของชีวิตประจำวัน ฝ่ายผู้มีอำนาจมากใช้กลยุทธ์ (strategy) เพื่อกดทับให้คนธรรมดาคิดว่าปัญหาและความยากลำบากที่เจอตรงหน้านั้นเป็นเรื่อง “ปกติธรรมดา” อันไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เป็นความปกติที่น่าเบื่อหน่ายและต้องทำตัวให้ชิน (de Certeau, 1987) แต่หากเหล่าคนธรรมดาจะลุกขึ้นเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ถูกทำให้เป็น “ธรรมดา” เหล่านี้ได้ วาทกรรมเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้เป็นสารตั้งต้นที่ส่งผ่านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อผลักดันการต่อสู้ของกลุ่มตน

ดังเช่นที่ Michel Foucault อธิบายว่า “การละเล่นของตัวหมาย” หรือคือการเชื่อมรูปสัญญะ (signifier) และความหมายสัญญะ (signified) บางตัวนั้นเป็นการกระทำของผู้มีอำนาจเพื่อครอบงำผู้มีอำนาจน้อยกว่าโดยเล็งเห็นผลประโยชน์ของตัวเป็นที่ตั้ง (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2553) วาทกรรมครอบงำที่เกิดจากเครือข่ายกลยุทธ์ของโครงสร้างควบคุมคนธรรมดาไม่ให้สามารถลุกขึ้นมาต่อต้านอย่างสมบูรณ์ แต่เมื่อคนธรรมดาหลุดพ้นจากการควบคุมและลุกขึ้นสู้กลับโครงสร้าง การผลิตวาทกรรมต่อต้านเป็นเหมือน “การใช้อาวุธเดิม ย้อนต่อสู้กับผู้นั้น” เพื่อใช้อุบายผลักดันการต่อสู้ให้ประสบความสำเร็จ

ผู้วิจัยสังเกตว่าการผลิตวาทกรรมของแอดมินและผู้ร่วมการต่อสู้เพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีข้อดีข้อเสียดังจะอธิบายต่อไปนี้

5.2.4.1 วาทกรรมว่าด้วยผู้ปกครองที่เผอเรอ

เช่นเดียวกับกรณี ป้าทุบรถ เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ก็มีการสร้างวาทกรรมนี้เช่นกัน เพื่อต่อต้านกับความเชื่อหลักของสังคมที่มองว่าหน่วยงานราชการต้องเป็นผู้บำบัดทุกข์บำรุงสุขให้แก่ประชาชน แต่การตั้งคำถามของเพจนี้อยู่ในระดับว่าผู้ปกครองอาจ “เผอเรอ” ปล่อยปละให้เกิดการทำงานด้อยประสิทธิภาพเกิดขึ้น โดยเนื้อแท้แล้วผู้ปกครองก็ยังมีคนดีอีกมากที่พร้อมจะทำงานเสียสละเพื่อประชาชน ซึ่งการสร้างวาทกรรมที่ย้อนแย้งกันเช่นนี้ทำให้พลังของวาทกรรมเสื่อมถอยลงไปและไม่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงสังคมได้

Ref. code: 25615807300040CHL

"ขอบคุณครับ ที่ช่วยๆกัน ให้เขารู้จักละอายบ้าง ให้เขาคิดถึงประชาชนมากกว่านี้บ้าง และหวังว่าสักวันนึงจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นครับ!! #เพราะมันเป็นวงจรทุจริตอุบาทว์มาครึ่งค่อนชีวิตแล้วครับ!!" เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562) โพสต์ถึงเอกสารรวมภาพบาทวิถีชำรุด

"ทุกวันนี้ไม่เฉือนฟุตปาธในมอเตอร์ไซค์วิน แม่งก็จอดกันแบบนี้ ขี่ขึ้นลงกันทุกวัน ทั่วกรุงเทพฯ โดยที่เราทำอะไรไม่ได้!! หากมองอีกแง่ที่ กทม. มีแนวคิดว่าจะเฉือนฟุตปาธให้มัน ก็ดีไปอีกแบบ มันจะได้ไม่ต้องขึ้นมาบนฟุตปาธให้รำคาญ" เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562) โพสต์ถึงกรณีกทม. จะแบ่งพื้นที่บาทวิถีให้เป็นที่จอดรถของจักรยานยนต์รับจ้าง

ข้อความนี้แสดงให้เห็นว่าแอดมินมองว่าหน่วยงานราชการปัจจุบันก็คิดถึงประชาชนในระดับหนึ่งแต่ยังเป็นผลงานที่ "ไม่น่าพอใจ" และมีความหวังว่าสักวันหน่วยงานเหล่านี้จะเกิดความ "ละอายใจ" หันมาเปลี่ยนแปลงตัวเองและสังคมในทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังเห็นดีเห็นงามกับการแก้ปัญหามักง่ายของหน่วยงานราชการที่จะตัดแบ่งพื้นที่บาทวิถีของสาธารณะให้ตกเป็นผลประโยชน์ของนายทุนโดยไม่ตั้งคำถาม

กระบวนการสร้างวาทกรรม "หน่วยงานราชการที่เผอเรอ" นั้นเกิดจากการรวมวาทกรรมประชาชนและระบบราชการซึ่งเป็นความหมายแบบรัฐศาสตร์ทั้งสิ้น อันดับแรกวาทกรรม "ประชาชน" หมายถึง คนที่เกิดและอาศัยอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่ง ถือว่าเป็นเจ้าของหรือสมาชิกของประเทศ คำว่าประชาชน มักใช้ในความหมายพหูพจน์ คือ หมายถึง หมู่คน หรือ คนจำนวนมาก (สำนักงานบัณฑิตยสภา, 2556) และประชาชนเหล่านี้มีสิทธิในการกดดันให้หน่วยงานราชการออกมาแก้ไขปัญหา อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่านิยามของประชาชนคำนี้อาจไม่รวมถึงประชาชนใน "ชนชั้นอื่นๆ" โดยเฉพาะชนชั้นล่าง หรือชนชั้นที่มีอำนาจน้อยกว่าอย่างเช่น พ่อค้าแม่ขาย ผู้ขับขี่รถสาธารณะ และวณิพก อันดับสอง วาทกรรม "ระบบราชการ" คือการเชื่อว่าระบบราชการคงอยู่เพื่อทำหน้าที่ปกป้อง ดูแล รักษาผลประโยชน์บ้านเมือง อีกแห่งหนึ่ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2561) หากหน่วยงานราชการทำงานบกพร่อง (dysfunction) ก็เพียงต้องกระตุ้นเตือนให้ "ฟันเฟือง" ตัวนี้กลับไปทำงานรับใช้ประชาชนอย่างสมบูรณ์ดังเดิม ทั้งหมดสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

ตารางที่ 5.2

กระบวนการสร้างวาทกรรม “หน่วยงานราชการที่เผอเรอ”

ชุดที่	คำศัพท์	ความหมาย	แหล่งที่มาวาทกรรม
1	ประชาชน	คนที่เกิดและอาศัยอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่ง ถือว่าเป็นเจ้าของหรือสมาชิกของประเทศ คำว่าประชาชน มักใช้ในความหมายพหูพจน์ คือ หมายถึง หมู่คน หรือ คนจำนวนมาก	สำนักงานบัณฑิตยสภา (2556)
2	ระบบราชการ	ระบบราชการคงอยู่เพื่อทำหน้าที่ปกป้อง ดูแล รักษาผลประโยชน์บ้านเมือง อีกแห่งหนึ่ง	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2561)
ผลผลิตวาทกรรม	ผู้ปกครองที่เผลอเรอ	ผู้ปกครองยังคงมีใจอยากช่วยเหลือประชาชนอยู่ แต่บางครั้งด้วยข้อจำกัดหลายอย่างที่กดดันทำให้เกิดการทำหน้าที่บกพร่อง ประชาชนจึงมีหน้าที่ช่วยตักเตือนให้หน่วยงานราชการกลับมาทำหน้าที่สมบูรณ์ดังเดิมอีกครั้ง	อ้างอิงวาทกรรมการเมือง

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าวาทกรรม “ผู้ปกครองผู้เผอเรอ” นั้นแม้มองผิวเผินจะเป็นการพยายามต่อต้านหน่วยงานราชการและไล่จี้ให้กลับมาทำหน้าที่ดังเดิม แต่มองอีกมุมหนึ่งก็เป็นการสถาปนาความชอบธรรมให้แก่หน่วยงานราชการในฐานะ “ผู้ปกครอง” ที่มีอำนาจเหนือประชาชน สามารถบำบัดทุกข์บำรุงสุขให้แก่พลเมือง และที่สำคัญมีสิทธิอันชอบธรรมที่จะ “ปกครอง” หรือคือการกำกับดูแลพลเมืองให้อยู่ในความสงบเรียบร้อย ผู้วิจัยมองว่าวาทกรรมที่ไม่มีพลังเช่นนี้ทำให้การต่อสู้ขาดความสามารถในการผลักดันประเด็นไปสู่การเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้างได้

5.2.4.2 วาทกรรมว่าด้วยปัญหาสาธารณะอันซ้ำซาก

ทุกครั้งที่โพสต์ แอดมินและผู้สนับสนุนพยายามตอกย้ำเสมอว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนี้กระทบต่อคนหมู่มากและเกิดขึ้น “ซ้ำซาก” จนกลายเป็นเรื่องปกติ ไม่เคยมีการแก้ปัญหาอย่างจริงจัง ดังตัวอย่างโพสต์ข้อความต่อไปนี้

“มอนิ่งกับฟุตปาธเน่าๆ ซึ่งปกติจ้าา ริมถนน ระหว่างสาธุประดิษฐ์ ซอย 23-31” เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562) พูดถึงกรณีบาทวิถีชำรุด

"#รุ่นเก่า แผ่นปูหนาแต่รองด้วยทราย สุดท้ายแผ่นปูไม่แตก แต่เละไม่เรียบ เดินลำบาก !! #รุ่นใหม่ บางชิบหาย ลดความหนาลง 3 เท่า แต่ปูแบบฉาบปูน แบบ ปูน 1 ถุงต่อทราย 1 คันรถสิบล้อ สุดท้าย แผ่นปูแตก ไม่เกิน 3-6 เดือนพัง เบิกงบซ่อม !! #สรุปทำงานห่วยแตกทั้งสมัยก่อนและสมัยนี้ครับ" เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562) วิจารณ์คุณภาพของแผ่นปูถนนของราชการที่ไม่ได้คุณภาพ

วาทกรรมนี้ให้คำอธิบายปรากฏการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นว่าเป็นความน่าเบื่อน่ารำคาญที่เกิดขึ้นซ้ำซากจนกลายเป็นปกติ ทั้ง "ปกติจ้า" และเป็นการทำงานที่ "ห่วยแตกตั้งแต่สมัยก่อนจนถึงสมัยนี้"

น่าสังเกตว่าวาทกรรมที่กลุ่มคนธรรมดานำมาใช้เป็นอุบายนี้แทบจะเป็นยุทธศาสตร์เดียวกับของฝ่ายโครงสร้างที่พยายามบอกสังคมว่าปัญหาที่เกิดขึ้น ความเดือดร้อนที่ต้องประสบพบเจอนั้นเป็น "เรื่องปกติ" และเกิดขึ้นซ้ำซากจนเป็นธรรมดาอยู่แล้ว แม้จะน่ารำคาญแต่ทางหน่วยงานราชการก็พยายามอย่างสุดความสามารถที่จะคืนความสงบสุขให้แก่สังคม ขอให้อดทนรอจนกว่าความช่วยเหลือจะมาถึง สิ่งที่ประชาชนทำได้ดีที่สุดคือการบ่นออกมาดังๆ เพื่อให้ความเมตตาแก้ปัญหาจากภาครัฐมาเร็วยิ่งขึ้นเท่านั้นเอง

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่านอกจากวาทกรรมนี้จะไม่เป็นอุบายที่ช่วยสนับสนุนการต่อสู้ของคนธรรมแล้ว ยังกลายเป็นวาทกรรมที่สนับสนุนฝ่ายโครงสร้างโดยไม่รู้ตัวซึ่งกล่อมเกลาให้กลุ่มคนธรรมดาสยบยอมต่อการแก้ปัญหาของภาครัฐที่ "จะมาถึงในไม่ช้าแต่ไม่รู้ว่านานอีกเท่าไหร่"

5.2.4.3 วาทกรรมทำอะไรตามใจคือไทย (ชั้นล่าง) แท้

วาทกรรมนี้จะทำงานเมื่อแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนต้องต่อสู้กับกลุ่มคนชนชั้นกลางระดับล่าง เช่น พ่อค้าแม่ขาย พนักงานขับรถสาธารณะ และวณิพก เป็นต้น แต่การที่แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนไม่มีพฤติกรรมแบบนั้นทั้งๆ ที่เป็นคน "ไทยแท้" นั้นก็เพราะตนและพรรคได้ผ่านการอบรมมาอย่างดีจึงมีความรู้ ความคิดความอ่าน และจิตสำนึกสาธารณะที่ดีพอจะตระหนักถึงความเดือดร้อนของผู้อื่น หรือพูดง่ายๆ ว่าเป็นพลเมืองคนละชั้นกับกลุ่มผู้สร้างความเดือดร้อน ดังโพสต์ต่อไปนี้

ภาพที่ 5.59 ภาพที่แสดงถึงวาทกรรม “ทำอะไรคือไทยแท้”
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากระบวนการสร้างวาทกรรมนี้เกิดจากการรวมตัวของวาทกรรมภาครัฐและวาทกรรมของสถาบันการศึกษา กล่าวคือ “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้” เป็นวาทกรรมที่หน่วยงานภาครัฐสร้างขึ้นเพื่ออธิบายว่าภาวะที่บ้านเมืองไม่เป็นระเบียบ เกิดความเดือดร้อนมากมายนั้น เกิดจากความไม่มีวินัยและขาดความรับผิดชอบ เป็นเรื่องของจิตสำนึกที่เกิดขึ้นในแต่ละคนและสะท้อนไปถึงทั้งสังคม (“โพลล์ชี้ทำอะไรตามใจ,” 2557) และภาครัฐไม่ได้มีหน้าที่รับผิดชอบเต็มในการแก้ปัญหาเหล่านั้น ขณะที่วาทกรรมการศึกษาให้คำอธิบายว่ากลุ่มคนที่ก่อความ

เดือดร้อนเหล่านี้ไม่มีวุฒิภาวะ พิจารณาผิดถูกชั่วดีได้ด้วยตนเองก็เป็นเพราะไม่ได้ผ่านการศึกษาในระดับสูงจึงไม่สามารถมีวิจารณญาณในการไตร่ตรองด้วยเหตุผล นำไปสู่การเอาเปรียบประชาชนคนอื่น เนื่องจากการศึกษาหมายถึง “การสร้างคนให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็น มีลักษณะนิสัย จิตใจที่ดีงาม มีความพร้อมที่จะต่อสู้เพื่อนตนเองและสังคม มีความพร้อมที่จะประกอบการงานอาชีพได้” (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2552)

ทั้งหมดจึงได้คำอธิบายว่าการที่มีคนกลุ่มหนึ่งแตกแถวมาสร้างเดือดร้อนให้แก่พลเมืองส่วนใหญ่นั้นเกิดจากการไม่มีการศึกษาที่ดี ขาดความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพที่ดีทำให้ฐานะไม่ดีตามไปด้วย และก็ดำเนินชีวิตด้วยการเอาเปรียบผู้อื่นอย่างขาดการอบรม ทำอะไรตามใจอย่างคนไทยแท้ที่ไม่ผ่านการอบรมบ่มนิสัย

ตารางที่ 5.3

กระบวนการสร้างวาทกรรม “ทำอะไรตามใจคือไทยแท้”

ชุดที่	คำศัพท์	ความหมาย	แหล่งที่มาวาทกรรม
1	ทำอะไรตามใจคือไทยแท้	ภาวะที่บ้านเมืองไม่เป็นระเบียบ เกิดความเดือดร้อนมากมายนั้น เกิดจากความไม่มีวินัยและขาดความรับผิดชอบ เป็นเรื่องของจิตสำนึกที่เกิดขึ้นในแต่ละคนและสะท้อนไปถึงทั้งสังคม	ภาครัฐผ่านสื่อมวลชนไทยรัฐออนไลน์ (2557)
2	การศึกษาบ่งนิสัย	การสร้างคนให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะพื้นฐานที่จำเป็น มีลักษณะนิสัย จิตใจที่ดีงาม มีความพร้อมที่จะต่อสู้เพื่อนตนเองและสังคม มีความพร้อมที่จะประกอบการงานอาชีพได้	การศึกษาผ่านสื่อมวลชนผู้จัดการออนไลน์ (2561)
ผลผลิตวาทกรรม	ทำอะไรตามใจคือไทย (ชั้นล่าง) แท้	ผู้สร้างเดือดร้อนให้แก่พลเมืองส่วนใหญ่ซึ่งเกิดการไม่สามารถเข้าถึงการศึกษาที่ดี ขาดความรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพที่ดีจึงทำให้ฐานะไม่ดีตามไปด้วย และก็ดำเนินชีวิตด้วยการเอาเปรียบผู้อื่นอย่างขาดการอบรม ทำอะไรตามใจอย่างคนไทยแท้ที่ไม่ผ่านการอบรมบ่มนิสัย	อ้างอิงวาทกรรมภาครัฐและการศึกษา

วาทกรรมนี้นอกจากจะไม่ช่วยให้เกิดความเข้าใจถึงสถานการณ์ที่เกิดกับ “คนอื่น” ที่อยู่นอกเหนือจากสังคมของตนเองแล้ว แอดมินและผู้สนับสนุนยังสุ่มเสี่ยงในการสร้างความเกลียดชังให้เกิดขึ้นในพื้นที่สาธารณะออนไลน์ซึ่งส่งผลให้การต่อสู้เคลื่อนไหวขาดผู้สนับสนุนบาง

กลุ่มไป นอกจากนี้ยังเป็นวาทกรรมที่ทำให้กลุ่มผู้สนับสนุนเกิดความสับสน ไม่สามารถพุ่งเป้าการต่อสู้ไปยังหน่วยงานราชการซึ่งเป็นตัวปัญหาที่แท้จริงได้

5.2.4.4 วาทกรรมพ่อปกครองลูก

มองในมุมหนึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนนั้นอันที่จริงแล้วเป็นความสัมพันธ์แบบนายจ้างกับลูกจ้าง กล่าวคือประชาชน “จ้าง” หน่วยงานราชการด้วยการจ่ายภาษีให้มาเป็นผู้บริหารบ้านเมืองให้เรียบร้อย เกิดความปกติสุข ส่วนหน่วยงานราชการเมื่อได้ค่าตอบแทนก็ต้อง “ทำหน้าที่” ให้สมกับเงินเดือนที่ได้รับ แต่กรณีของสังคมไทยกลับเป็นตรงกันข้ามกล่าวคือหน่วยงานราชการมีสถานะเหมือน “พ่อ” ผู้โอบอ้อมอารีและคอยดูแล “ลูกๆ” ซึ่งคือประชาชนทั้งหลาย หาก “ลูกๆ” ลุกขึ้นมาเรียกร้องก็มองเป็นเรื่องไร้สาระ ไม่มีพลังพอให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หาก “ลูกๆ” ทะเลาะกันเองก็มีหน้าที่ห้ามปรามไม่ให้แตกแยกกัน ผู้วิจัยพบว่าเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ตอกย้ำความคิดตรงนี้อย่างต่อเนื่อง แม้ด้านหนึ่งจะพยายามวิพากษ์วิจารณ์ประสิทธิภาพการทำงานของรัฐ แต่อีกด้านหนึ่งก็ยอมรับบทบาทความเป็น “พ่อเมือง” ของฝ่ายโครงสร้างเช่นข้อความต่อไปนี้

“ทำงานได้มาตรฐานประเทศด้อยพัฒนา ไม่เคยเปลี่ยนแปลง!! ไม่รู้ว่าความปลอดภัยประชาชนอยู่ไหน ท่านอัศวินช่วยมาดูหน่อยเถอะครับ ทีมอัศวิน. ประเทศจะเจริญได้ไงขนาดทำงานยังไม่มีมาตรฐานอะไรเล้ยยยยยยย!! สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร Public Works Department“

“#เขตบางแค ช่วยหน่อยครับ หน้าตลาดบางแค ชาวบ้านร้องเรียนว่า .. เวลาจะขึ้นรถเมล์ลำบากมาก ต้องลงเดินริมถนนเลาะไปถึงป้ายรถเมล์ฟุตบาทเหลือเว้นช่องให้แมวเดินกับคนเห็นแก่ตัวเพียงไม่กี่คน เคยร้องเรียนเขต 2~3ครั้ง แต่เขตบางแคก็เงียบเงียบ ไม่มาจัดการ คาดว่าเก็บกะตังค์กันจนชิน!!” เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562)

การรวมตัวของวาทกรรมนี้คล้ายเป็นวาทกรรมเดียวกันกับที่ฝ่ายโครงสร้างใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการกดทับเหล่าคนธรรมดาไม่ให้ต่อต้านด้วยการอ้างวาทกรรมจากประวัติศาสตร์ว่าประเทศไทยสมัยสุโขทัย พ่อขุนรามคำแหงใช้การปกครองระบบพ่อปกครองลูก (ปิชาธิปไตย) ซึ่งเปรียบผู้ปกครองเหมือน “พ่อ” ที่เฝ้าห่วงใยดูแล ประชาชนซึ่งเปรียบเสมือน “ลูก” ซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นเทคนิคหนึ่งของยุทธศาสตร์ที่ทำให้เกิดความโรแมนติก (romanticise) ปรากฏการณ์จนดูราวกับว่าการดูแลของ “พ่อ” นั้นไม่ได้รับผลประโยชน์อะไรตอบแทน แต่เกิดจากความรักความห่วงใยอย่างแท้จริง

การตอกย้ำวาทกรรมซึ่งผลิตโดยฝ่ายโครงสร้างนี้ยิ่งทำให้การต่อสู้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระดับนโยบายยากยิ่งขึ้นเนื่องจากกลุ่มผู้ต่อต้านรู้สึกว่าแม้ภาครัฐจะทำงานบกพร่องไป

บ้างแต่ก็ทำไปในนามของ “ความรักและความหวังดี” อย่างสุดความสามารถแล้ว ประชาชนจึงควรอดทนและเฝ้ารอการแก้ปัญหาต่อไป

5.2.5 การสร้างประสบการณ์ร่วม

ด้วยธรรมชาติของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แอดมินและผู้สนับสนุนต้องสร้างอุบายที่ดึงดูดให้มีผู้ติดตามเพิ่มจำนวนขึ้นและนำไปสู่การเคลื่อนไหวที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การสร้างประสบการณ์ร่วมเป็นเทคนิคหนึ่งที่ถูกใช้เพื่อเสริมพลังและเพิ่มขนาดเครือข่ายของผู้ร่วมต่อสู้ อย่างไรก็ตาม อุบายการสร้างประสบการณ์ร่วมของกลุ่มมีทั้งข้อดีและข้อเสียดังจะแจกแจงต่อไปนี้

5.2.5.1 การแบ่งขั้วตรงข้าม (Binary Opposition)

อุบายนี้มีความคล้ายคลึงกับที่กลุ่มป้าทุบรถ ใช้ในบทที่ 4 ได้แก่การสร้างคู่ต่อสู้ที่เป็นคนธรรมดาระดับล่างให้กลายเป็น “คนอื่น” และเป็น “ผู้ร้าย” ที่สมควรถูกกำจัดออกไปจากสังคม แต่เมื่อคู่ต่อสู้เปลี่ยนเป็นหน่วยงานราชการแล้ว กลุ่มผู้ต่อต้านกลับสร้างภาพขั้วตรงข้ามที่สับสนคือด้านหนึ่งเมื่อเป็นหน่วยงานราชการที่ไม่เคยช่วยแก้ปัญหาให้ก็จะแสดงออกว่ากลุ่มหน่วยงานราชการนั้นเป็นพวกฉ้อฉล เป็นผู้ร้ายที่ต้องกลับตัวเป็นคนดี แต่เมื่อ “ผู้ร้ายกลับตัว” หรือหน่วยงานราชการหันมาช่วยเหลือแก้ปัญหาตามที่ร้องขอแล้ว แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนจะมองว่าหน่วยงานราชการนั้นเป็น “คนดี” ที่มาช่วยแก้ไขปัญหาของประชาชนแทน

ภาพที่ 5.60 โพสต์แสดงการสร้างภาพขั้วตรงข้าม
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ภาพซ้ายจะเห็นว่าแอดมินสร้างภาพให้กลุ่มผู้ขับขี่จักรยานยนต์รับจ้างกลายเป็น “ผู้ร้าย” ที่สร้างความเดือดร้อนให้แก่สังคม ขณะที่ภาพขวาจะเห็นว่าแอดมินยอมรับว่า “ผู้ว่าฯอัศวิน” เป็นหนึ่งใน “คนดี” และช่วยเหลือด้วยการประชาสัมพันธ์ผลงานของ พล.อ. อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่ากรุงเทพมหานคร ด้วย

5.2.5.2 การผรุสวาท

“แยกรัชโยธินฟุตปาธแคบ ไม่ถึง 1.5 เมตร ตามที่ รฟม.เคยบอกแน่นอน !! สิ่งกีดขวางเป็นล้าน แถมเน่ามากและขรุขระ เดินทีไม่ระวังมีหวังสะดุด แล้วตกลงไปบนถนนเจอรถที่วิ่งมาชนตายห่า!! #ชีวิตดีๆที่ใกล้ความตาย“ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562)

“#ประเทศกูมีโว้ยยยย ขี่กันเป็นขบวนเลย !! มอเตอร์ไซค์รอรถติดไม่ไหว ขี่ขึ้นฟุตปาธสบายๆ ใจเฉิ่ม สามัญสำนึกห่าเหวอะไรไม่มีทั้งนั้น คนเดินฟุตปาธไม่สนใจอะไรกูไม่สนทั้งนั้น !! #ถนนพหลข้างหอวัง 8-1-2019: 18.30 น.” เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562)

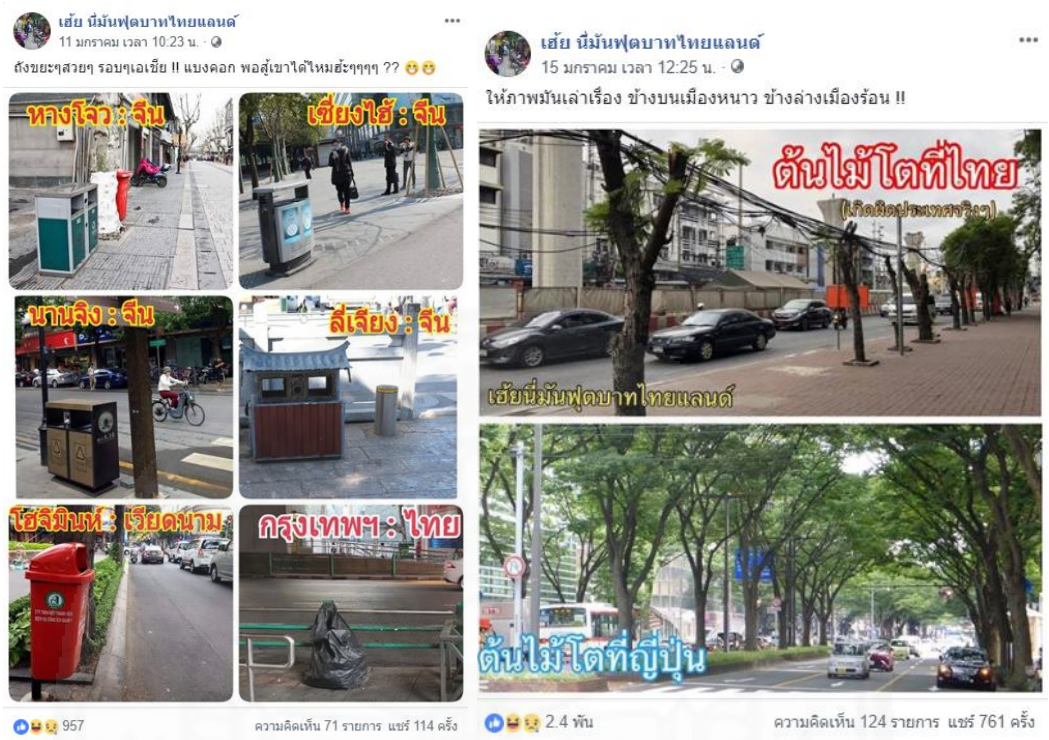
การผรุสวาทเป็นรูปแบบการสื่อสารหนึ่งซึ่งทรงพลังทางการสื่อสาร กล่าวคือการสื่อสารอารมณ์ที่ชัดเจนออกไปในรูปแบบที่ดูจริงใจที่สุดซึ่งทำให้ความรู้สึกโกรธ ผิดหวัง ตื่นเต้น เสียใจ และอื่นๆ สามารถสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ทันที ขณะเดียวกันการผรุสวาทจะเปลี่ยนให้สถานการณ์ที่ดูธรรมดาเกิดความตึงเครียดและมีความสำคัญขึ้นมาทันทีเพราะเป็นคำที่ไม่ถูกใช้ในบริบทประจำวันของชีวิตคน (Timothy Jay, 1984) เช่น คำพูดว่า “ตายห่า” หรือ “ห่าเหว” นั้นเป็นคำที่สื่อถึงความรู้สึกโกรธอย่างรุนแรงและทำให้สถานการณ์ที่ดูปกติกลายเป็นปัญหาขึ้นมาทันที

แต่ในอีกทางหนึ่ง การผรุสวาทที่บ่อยเกินไปก็ทำให้สถานการณ์ที่เคยเป็นปัญหาค่อยๆ กลายเป็นเรื่องปกติไปเนื่องจากด้านหนึ่ง การผรุสวาทเป็นการลดอารมณ์โกรธที่เกิดขึ้นในจิตใจมนุษย์ (Timothy Jay, 1984) และการผรุสวาทบ่อยๆ จนกลายเป็น “เรื่องปกติ” นั้นยังทำให้ฝ่ายโครงสร้างสามารถหลบเลี่ยงความรับผิดชอบและไม่ตกเป็นเป้าโจมตีเนื่องจากประชาชนได้ “สะใจ” กับการโต้เถียงกันด้วยคำหยาบคายและการใช้ความรุนแรงทางภาษา (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2553)

นอกจากนั้นการผรุสวาทโดยปราศจากการนำเสนอเหตุผลรองรับไม่อาจผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ (Habermas, 1989) ดังนั้นเมื่อความไม่พอใจถูกลดทอนเป็นแค่คำผรุสวาทที่ไม่มีการรณรงค์เปลี่ยนแปลงอะไรตามมา การผรุสวาทจึงกลับทำให้สถานการณ์ที่เป็นปัญหากลายเป็นความชาชินสำหรับผู้สนับสนุนส่วนใหญ่ไป

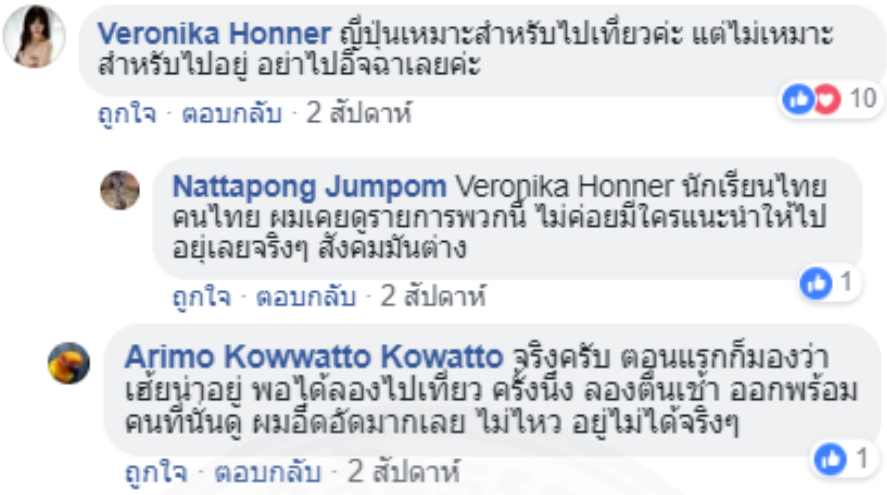
Ref. code: 25615807300040CHL

5.2.5.3 การเปรียบเทียบกับต่างประเทศ



ภาพที่ 5.61 โพสต์แสดงการเปรียบเทียบสภาพบาทวิถีกับต่างประเทศ
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

การเปรียบเทียบกับต่างประเทศเป็นอีกอุบายหนึ่งที่แอดมินและกลุ่มผู้ต่อต้านใช้ในการสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ว่าการทำงานของหน่วยงานราชการไทยไร้ประสิทธิภาพ เนื่องจากเป็นการแสดงให้เห็นว่าเมื่อต่างประเทศสามารถทำได้ หน่วยงานราชการของไทยก็น่าจะทำได้เช่นกัน แต่การเปรียบเทียบกับกรณีของต่างประเทศนั้นมีข้อเสียเช่นกันเนื่องจากฝ่ายโครงสร้างสร้างวาทกรรมว่าประเทศไทยคือประเทศที่น่าอยู่ที่สุด ในน้ำมีปลา ในนามีข้าวไว้แล้ว ดังนั้นผู้สนับสนุนการต่อสู้หลายคนจึงมองต่างจากแอดมิน เช่น การมองว่าญี่ปุ่น “เหมาะกับไปเที่ยวแต่ไม่เหมาะกับการใช้ชีวิต” หรือ “สังคมมันต่างกัน”



ภาพที่ 5.62 ความเห็นของกลุ่มผู้ใช้ที่ต่อต้านความคิดเห็นของแอดมิน
เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (2562)

โดยสรุป การสร้างประสบการณ์ร่วมของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ แม้ในช่วงแรกอาจช่วยให้เกิดความสนใจ (engagement) ของแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุน หากแต่ลงท้ายแล้ว อุบายการสร้างการมีส่วนร่วมนั้นกลับสนับสนุนยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้าง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพว่าผู้ปกครองเป็นคนดี การทำให้ความรุนแรงกลายเป็นเรื่องปกติ และการสร้างความรู้สึกว่าชาติไทยเจริญและดีที่สุด

5.3 การเคลื่อนไหวผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อขับเคลื่อนการต่อสู้

ตามที่กล่าวไปในกรณีของ ป้าทุบรถ ว่าอุบายของกลุ่มคนธรรมดาคือการขัดขวางไม่ให้ฝ่ายโครงสร้างสามารถควบคุมสังคมอย่างเบ็ดเสร็จและหล่อเลี้ยงจิตสำนึกแห่งการต่อต้านต่อไป แต่หากการต่อสู้จะไปไกลกว่านั้น Lievrouw (2011) แสดงทัศนะว่าการเคลื่อนไหวผ่านสื่อดิจิทัล (digital activism) เป็นตัวเลือกหนึ่งที่คนธรรมดาสามารถนำมาเพื่อขับเคลื่อนประเด็นและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมต่อไปได้

อย่างไรก็ตาม สำหรับกรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้น ผู้วิจัยพบว่ามีลักษณะการต่อสู้บนพื้นที่ออนไลน์ซึ่งแตกต่างจากกรณี ป้าทุบรถ อยู่มากมายและอาจตัวแปรที่ส่งผลให้ความสำเร็จของการต่อสู้ระหว่างทั้งสองกรณีศึกษามีความแตกต่างกัน ความแตกต่างนี้เกิดขึ้นทั้งในส่วนของการสร้างสรรค์อุบายต่างๆ คือ การจัดอันดับการต่อสู้ การใช้เรื่องเล่า การเลือกสื่อให้เหมาะกับสาร การสร้างวาทกรรมต่อต้าน และการสร้างประสบการณ์ร่วม ซึ่งกล่าวไปในบทก่อนหน้านี้ และ

ส่งผลให้ ลักษณะของปัจเจกชนผู้เข้าร่วมการต่อสู้ การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัล กระบวนการสร้างสรรค์สาร และการนำสารไปขับเคลื่อนการต่อสู้ มีความแตกต่างกันดังผู้วิจัยวิเคราะห์ตามหัวข้อต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ส่งสาร
2. การวางแผน
3. การสื่อสาร

5.3.1 กลุ่มผู้ส่งสาร

กลุ่มคนธรรมดาที่เข้าร่วมกับ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ส่วนใหญ่มีสถานะเป็นทั้งผู้ได้รับความเดือดร้อนจากความวุ่นวายบนท้องถนนและเป็นผู้มีเจตจำนงในการลุกขึ้นต่อต้านความอยุติธรรมที่ฝ่ายโครงสร้างใช้อำนาจกดทับเหล่าคนธรรมดา นอกจากเจตจำนงแล้วปัจเจกชนเหล่านี้ยังต้องมีความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัล มีความคิดสร้างสรรค์ในการดัดแปลงสาร และมีทุนทรัพย์พอที่จะไม่ต้องวุ่นวายกับการหาเช้ากินค่ำ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มคนที่เข้าร่วมการต่อสู้ทั้งของกรณี ป้าทุบรถ และ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เป็นกลุ่มผู้ใช้ออนไลน์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันดังต่อไปนี้

5.3.1.1 คุณสมบัติของผู้เข้าร่วม

เช่นเดียวกับกรณี ป้าทุบรถ กลุ่มคนผู้เข้าร่วมการต่อสู้ก็ยังเป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่มีความรู้ การศึกษาดี เป็นนักวิชาชีพจากสาขาต่างๆ และมีทุนด้านต่างๆ เช่น ทรัพย์สิน หน้าที่การงานมั่นคง เนื่องจากพื้นที่ออนไลน์นั้นเป็นลักษณะที่เอื้อให้ชนชั้นกลางกลุ่มนี้เข้าใช้งานค่อนข้างมาก การมีฐานผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางที่มีคุณสมบัติดังกล่าวนั้นมีประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนประเด็นเนื่องจากชนชั้นกลางมีความรู้และความชำนาญในประเด็นที่หลากหลายจึงสามารถถกเถียงและต่อยอดการต่อสู้ให้ลึกซึ้ง มีรายละเอียดให้นำเสนอมากขึ้นไปอีก ขณะที่ธรรมชาติของชนชั้นกลางยึดมั่นในเหตุผลและความเป็นธรรมจึงพร้อมใจเสียสละตนเองเพื่อเข้าร่วมกับการต่อสู้อย่างไม่มีเงื่อนไขเพิ่มเติมมากนัก

อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่ากรณีของ “เฮ้ย ฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นมีกลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) และกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (mainstream media) เข้าร่วมในการต่อสู้น้อยกว่า ซึ่งผู้วิจัยสามารถแจกแจงเหตุผลดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ไม่ใช่กระแสในสังคม

ทั่วไปแล้ว ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์มักจะส่งต่อข่าวสารจากสื่อกระแสหลักซึ่งเป็นที่สนใจของผู้ใช้ออนไลน์ทั่วไปเนื่องจากสามารถการันตีได้ระดับหนึ่งว่าจะมีผู้สนใจในประเด็น

นั้น รวมถึงตนมีข้อมูลน่าเชื่อถือเพียงพอเพื่อวิเคราะห์และต่อยอดความคิดของตัวเอง ดังนั้นการส่งต่อข่าวสารจากสื่อมวลชนกระแสหลักจึงกลายเป็นอุบายการสร้างสรรค์สารที่นิยมใช้กันอย่างมาก

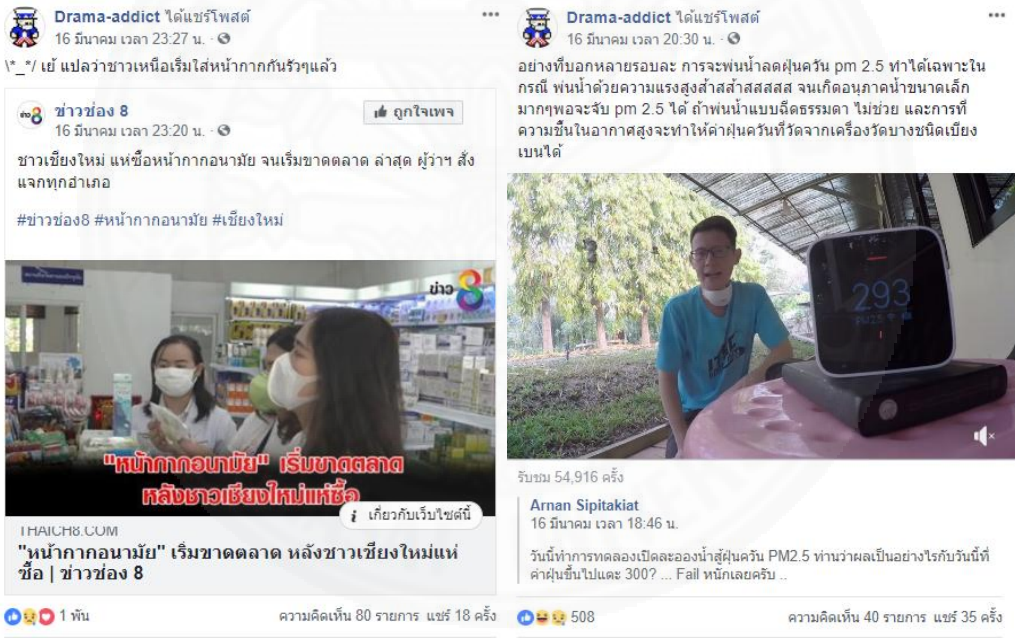
ประเด็นของ “เฮ้ย ฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นมักไม่ใช่ประเด็นที่ถูกพูดถึงในวงกว้าง (talk-of-the-town) และไม่สามารถดึงดูดความสนใจของสังคมได้มากพอจนกลายเป็นกระแส เมื่อสื่อมวลชนกระแสหลักไม่ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นที่ถูกนำเสนอโดยเพจมากนัก ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ก็พลอยไม่ร่วมนำเสนอไปด้วย อย่างเช่น เพจ CSI LA ที่เลือกส่งต่อข่าวเกี่ยวกับ “การเลือกตั้ง” ของสำนักข่าวมติชนออนไลน์เนื่องจากเป็นประเด็นที่อยู่ในกระแส ตรงกับจุดยืนของเพจและมีข้อมูลน่าเชื่อถือพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ต่อยอด

ภาพที่ 5.63 ตัวอย่างการนำเสนอข้อมูลจากเพจ CSI LA (2562)

หากต้องการสร้างประเด็นใหม่ๆ ที่ไม่เคยถูกนำเสนอมาก่อนในสังคม ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์มักเลือกนำเสนอปรากฏการณ์ที่วิเคราะห์ขึ้นเองหรือส่งต่อมาจาก ผู้ใช้ทั่วไป รายอื่นๆ ต่อ แฟนเพจ และใช้ฐานผู้ติดตามเหล่านั้นเพื่อปลุกกระแสขึ้นมาเอง การ “ยืมกำลัง” จากเพจอื่นอาจไม่ใช่วิธีที่นิยมทำ

กรณีผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์เลือก “ยืมกำลัง” จากเพจอื่นก็จะเลือกเพจที่มีระดับความนิยมใกล้เคียงกัน (ความนิยมหมายถึง จำนวนผู้ติดตาม ลักษณะการจัดทำเนื้อหา และการปรากฏตัวบนพื้นที่สื่อมวลชนกระแสหลัก) ไม่เลือกนำเสนอข่าวต่อจากเพจที่ได้รับความนิยมน้อยกว่า ตัวอย่างเช่น เพจ Drama Addict ที่มักใช้อุบายการส่งต่อข่าวสารจากสื่อกระแสหลักและข่าวสารจาก ผู้ใช้ทั่วไป รายอื่น (ในภาพประกอบ ซ้าย ผู้ใช้ Arnan Sipitakiat มียอดผู้ติดตามเพียง 882 คนและเป็นบัญชีแบบ ส่วนตัว จึงไม่ถือเป็นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์) และปลุกกระแสประเด็นใหม่ด้วยฐานแฟนเพจซึ่งมีจำนวนกว่า 2 ล้านผู้ใช้ของตนเอง

กรณีเลือก “ยืมกำลัง” จากผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์อื่นๆ เพจ Drama Addict ก็มักเลือกนำเสนอข่าวของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่ได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน เช่น หมอแล็บแพนด้า ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลออนไลน์อีกคน มียอดผู้ติดตามกว่า 1.8 ล้านผู้ใช้



ภาพที่ 5.64 การส่งต่อข่าวจากสื่อกระแสหลัก (ซ้าย) และ การส่งต่อข่าวจากผู้ใช้ธรรมดา (ขวา) (Drama Addict, 2562)

ภาพที่ 5.65 การ “ยืมกำลัง” จากผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์อื่น
(Drama Addict , 2562)

นอกจากนั้น Lievrouw (2011) กล่าวว่าปัจเจกผู้กระทำการบนโลกดิจิทัลมักมีสถานะเป็นนักก่อกวน (interventionist) หรือผู้ที่พยายามรบกวนสภาพ การรับรู้ทั่วไป (common-sense) หรือเรื่องที่คนในสังคมไม่ตั้งคำถามให้กลายเป็นประเด็นน่าฉุกคิด เปลี่ยนพื้นที่ประจำวันอันปกติให้กลายเป็นความสับสนอลหม่าน (เช่นเดียวกันกับการที่ “เฮ้ย ฟุตบาทไทยแลนด์” นำเสนอปัญหาฟุตบาทที่พบเห็นได้ทั่วไปและชี้ให้เห็นปัญหา)

นอกจากนั้น กลุ่มคนธรรมดาเหล่านี้ก็ยังสลายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว (perishable) กล้ารับความเสี่ยงต่างๆ เพราะสามารถเคลื่อนย้าย (mobilise) รวมตัวขึ้น (organise) สลายตัว (disorganise) หรือกลับมารวมตัวอีกครั้ง (reorganise) ได้ทุกที่ทุกเวลาโดยเลี่ยงการตรวจตราและลงโทษจากฝ่ายโครงสร้างได้ (Lievrouw, 2011)

อย่างไรก็ตาม จากกรณีของ “เฮ้ย ฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นคุณสมบัติทั้ง 2 ข้อนี้อีกด้านหนึ่งก็เป็นข้อจำกัดของกลุ่มผู้ต่อต้านด้วยเนื่องจากลักษณะสามารถสลายตัวได้อย่างรวดเร็ว (perishable) และสมาชิกซึ่งเป็นกลุ่มชนชั้นกลางมีความสนใจต่อประเด็นหนึ่งๆ สั้น (Jim Conley, 2012) ทำให้การผลักดันประเด็นหนึ่งๆ ไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่องจนเห็นผลสำเร็จเป็นรูปธรรม และยิ่งไม่มีสื่อสารมวลชนกระแสหลักคอยเพิ่มเติมประเด็นและหล่อเลี้ยงกระแส กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์อื่นๆ ทำหน้าที่รวบรวมเครือข่ายผู้ต่อสู้ให้มาสมทบเพิ่มเติม การต่อสู้ของเพจจึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

โดยสรุป จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคุณสมบัติของกลุ่มผู้ส่งสารนั้นมีลักษณะใกล้เคียงกับกรณี ป้าทุบรถ คือ หนึ่ง เป็นชนชั้นกลาง เนื่องจากชนชั้นกลางเป็นกลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงโลกดิจิทัลค่อนข้างดีจึงกลายเป็นฐานกำลังหลักที่เข้าร่วมในการต่อสู้ สอง มีความรู้ ซึ่งอาจหมายถึงความรู้ความชำนาญทางอาชีพ เช่น แพทย์ วิศวะ หรือทนายความ และความรู้พื้นฐานตามระบบการศึกษาซึ่งความรู้ทั้งสองแบบนั้นจะถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากมุมมองที่ต่างกัน สาม มีฐานะ กลุ่มชนชั้นกลางมีความมั่นคงทางอาชีพและรายได้จึงสามารถเข้าร่วมการต่อสู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สี่ มีความคิดเชิงตรรกะ กลุ่มชนชั้นกลางผู้เข้าร่วมมีโอกาสในการศึกษาดีจึงพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นตรรกะเพื่อนำเหตุผลเหล่านั้นมาถกเถียงจนเกิดความคิดร่วมกัน

5.3.1.2 กลุ่มผู้เข้าร่วม

ประเภทของกลุ่มผู้เข้าร่วมนั้นอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์และกลุ่มคนธรรมดาผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ต โดยบุคคลทั้งสองกลุ่มนั้นทำหน้าที่ขับเคลื่อนการต่อสู้แตกต่างกันออกไปดังต่อไปนี้

(1) ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer)

กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์หมายถึงบุคคลที่มีอำนาจในการโน้มน้าวใจกลุ่มผู้รับสารด้วยความรู้ ตำแหน่งหน้าที่ หรือความสัมพันธ์

ทั้งนี้ กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (influencer) นั้นทำหน้าที่เป็นเสมือน “ค่าย” ซึ่งเริ่มนำเสนอหัวข้อที่ตนเองและสมาชิกกลุ่มสนใจ จากนั้นจึงรวบรวมและถกเถียงความคิดเห็นกับสมาชิกจนที่สุดอาจยกระดับไปสู่การเคลื่อนไหวอื่นๆ ต่อไป เช่น การทำกิจกรรมออฟไลน์ หรือสื่อมวลชนกระแสหลักหยิบยกเรื่องราวไปนำเสนอต่อ กรณีของ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นมีจำนวนผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์เข้ามาร่วมการต่อสู้น้อย

(2) กลุ่มผู้ติดตาม (follower)

ผู้ติดตามคือกลุ่มคนผู้สนใจในประเด็นหนึ่งประเด็นใดที่ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์นำเสนอและตัดสินใจกด “ติดตาม” เพื่อเปิดรับข่าวสารและสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสาร ทั้งนี้กลุ่มผู้รับสารมีความสนใจเฉพาะบางอย่างร่วมกัน และกระตือรือร้นในการตอบโต้กับผู้ส่งสาร (active audience)

กลุ่มผู้รับสารซึ่งไม่ได้เป็นผู้มีชื่อเสียงมีหน้าที่รับประเด็นจากสื่อสารมวลชนกระแสหลักและผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์แล้วจึงใช้หน้าเพจของผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่ตนเองสังกัดเพื่อพูดคุย ถกเถียง และวิเคราะห์ จนนำไปสู่ข้อสรุปบางอย่าง อย่างไรก็ตาม กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นแอดมินเพจไม่ค่อยส่งเสริมให้เกิดการพูดคุยถกเถียงโดยมักไม่ค่อยเข้าร่วมการถกเถียงกับสมาชิกเท่าไหร่

(3) กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (mainstream media)

ผู้สื่อข่าวที่ทำงานให้กับสื่อสารมวลชนกระแสหลักจะติดตามการเคลื่อนไหวของผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตและหยิบยกประเด็นที่น่าสนใจเพื่อนำเสนอต่อในพื้นที่ข่าวของตนเอง นอกจากนี้อาจนำประเด็นเหล่านั้นไปต่อยอดหาข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมต่อไปอีกด้วย

กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นประสบความสำเร็จมีสื่อมวลชนกระแสหลักนำข่าวสารไปเสนอต่อ อย่างไรก็ตาม การนำเสนอข่าวเป็นเพียงการนำข้อความของแอดมินเพจมาบอกต่อ แต่ไม่ได้หาข้อมูลหรือนำเสนอข่าวสารในแง่มุมอื่นๆ เพิ่มเติม เรื่องราวจึงจางหายไปจากความสนใจของสังคมภายในเวลาไม่นาน

5.3.2 การวางแผน

การเคลื่อนไหวเพื่อขับเคลื่อนสังคมแบบใหม่ (New Social Movement) บนโลกออฟไลน์เกิดจากการรวมตัวของผู้ที่มีเป้าหมายมากกว่าผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มของตนเอง แต่มุ่งเน้นเพื่อปรับเปลี่ยนทางสังคมที่กว้างขวางและสามารถสร้างผลกระทบต่อสาธารณชนโดยรวมด้วย แต่เมื่อการเคลื่อนไหวนี้ถูกยกระดับขึ้นมาอยู่บนโลกออนไลน์ กลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อต้านเหล่านี้สามารถปลดปล่อยตัวเองออกไปจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ (Space) และเวลา (Time) พวกเขาสามารถเข้าร่วมการต่อต้านได้ไม่ว่าตัวตนที่แท้จริงจะอยู่ที่ใดบนโลก ขอเพียงสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างครบถ้วน (Meyrowitz, 1985)

ผู้วิจัยวิเคราะห์การวางแผนการเคลื่อนไหวบนโลกออนไลน์ของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ออกเป็น 2 ประเด็นคือ การกำหนดเป้าหมาย และกิจกรรมที่ทำ

5.3.2.1 การกำหนดเป้าหมายการต่อสู้

กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์มักเป็นหลักในการกำหนดเป้าหมายการต่อสู้ให้แก่ผู้ติดตามของตนเอง สำหรับเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” แอดมินให้สัมภาษณ์กับ Thailand Friendly Design Expo ว่าตนเองกำหนดวัตถุประสงค์การเคลื่อนไหวไว้ที่การ “บ่นระบาย” และ “เป็นศูนย์รวมของผู้ที่มีความคิดเห็นเหมือนกัน” (เปิดใจครั้งแรก, 23 พฤษภาคม 2561) ดังนั้นเนื้อหาของเพจจึงเน้นที่การนำเสนอเรื่องราว มากกว่าการผลักดันให้ปัญหาคลี่คลายลงไปได้

5.3.2.2 กิจกรรมที่ทำ

กิจกรรมการเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เกิดขึ้นใน 2 รูปแบบดังต่อไปนี้

(1) เคลื่อนไหวผ่านเครือข่ายสังคมที่มีอยู่ (Movements as Social Networks)

การเคลื่อนไหวของ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นเริ่มจากแอดมินนำเสนอประเด็นที่กลุ่มผู้ติดตาม (follower) ของเพจส่งเรื่องเข้ามา จากนั้นก็นำมาใส่ความคิดเห็น

เพิ่มเติมเพื่อให้สมาชิกคนอื่นๆ ร่วมถกเถียง วิพากษ์วิจารณ์ จากนั้นก็อาจมีสื่อมวลชนกระแสหลักนำประเด็นไปนำเสนอต่อ

แต่น่าสังเกตว่าเครือข่ายสังคมของ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีจำกัดเพียงแค่ผู้กดติดตามเพจราว 9.3 หมื่นผู้ใช้เท่านั้น แต่ไม่สามารถดึงดูดสื่อสารมวลชนกระแสหลักและผู้มีอิทธิพลออนไลน์ให้เข้ามาร่วมการต่อสู้ได้ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสาเหตุเกิดจาก

หนึ่ง การปกปิดตัวตนของแอดมินเพจ แม้การปกปิดตัวตนจะมีข้อดีในการหลบเลี่ยงการปะทะตรงๆ กับโครงสร้างแต่อีกด้านหนึ่งการไม่ทราบ “หัวนอนปลายเท้า” ของแอดมินก็ก่อให้เกิดความไม่น่าไว้วางใจจากสื่อมวลชนและแอดมินเพจอื่นๆและส่งผลให้เครือข่ายเหล่านี้ไม่นิยมส่งต่อข้อมูลจากเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มากนักเพราะความไม่เชื่อใจ

สอง ความล้มเหลวในการสร้างพันธมิตรออนไลน์

แอดมินเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มักไม่สร้างเครือข่ายกับผู้มีอิทธิพลบนโลกออนไลน์มากนัก สังเกตจากการไม่แชร์ข่าวสารที่มาจากผู้มีอิทธิพลออนไลน์คนอื่นๆ เมื่อไม่มีเครือข่ายพันธมิตรออนไลน์แล้ว ผู้มีอิทธิพลออนไลน์อื่นๆ ที่แม้จะมีจุดยืนใกล้เคียงกับเพจแต่ก็ไม่ต้องการส่งต่อข่าวจากเพจ

(2) การเคลื่อนไหวไร้รูปแบบ (‘Unconventional’ Action Repertoires)

การเคลื่อนไหวบนโลกดิจิทัลต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่และนำเอาอุบายดั้งเดิมมาดัดแปลงเพื่อรบกวนและต่อต้านอำนาจของโครงสร้าง (Lievrouw, 2011) แต่เนื้อหาของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นไม่ค่อยกระตุ้นให้กลุ่มผู้ติดตามสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่มากนัก ส่งผลให้สารไม่ถูกส่งต่อวงกว้างในหมู่ผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่ามีเหตุผลดังต่อไปนี้

หนึ่ง ไม่นำเสนอประเด็นด้วยเหตุผล

เนื้อหาที่แอดมินเพจนิยมโพสต์คือคำหรือประโยคที่แสดงอารมณ์อันรุนแรง เช่น “มาได้ไงวะ!!” แต่ไม่ได้นำเสนอเหตุผลหรือข้อมูลอื่นๆ เพิ่มเติมทำให้ผู้ใช้ที่ติดตามไม่สามารถนำข้อมูลที่น่าเชื่อถือมาวิพากษ์วิจารณ์เพิ่มเติม นำมาดัดแปลงให้กลายเป็นเนื้อหาอื่นๆ ต่อไปหรือได้รับแรงบันดาลใจในการสืบหาข้อมูลเพิ่มเติม ข้อมูลที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์จึงไม่สามารถส่งต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Ref. code: 25615807300040CHL

ภาพที่ 5.66 ตัวอย่างการไม่นำเสนอประเด็นด้วยเหตุผล
เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (16 มี.ค. 2561)

สอง การให้ความเห็นปลายปิด

แอดมินเพจมักแสดงความเห็นต่อโพสต์ต่างๆ อย่างชัดเจนและฟันธงลงไปว่าผู้รับสารควรมีความรู้สึกหรือความเห็นอย่างไรต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น “ใต้บีทีเอสบางนา ฝั่งตรงข้ามกรมอุตุฯ น่ากลัวมาก ฟุตบาท แบบนี้ตั้งแต่ก่อนปีใหม่ อยู่ยังไงยังงั้นเลย เกลียดดดดด!!” ประโยคข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแอดมินพยายามชี้นำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าบาทวิถีเหล่านี้น่ากลัวและเสื่อมโทรมมาก ซึ่งการโพสต์ลักษณะนี้จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นการปิดพื้นที่ในการถกเถียงทำให้ผู้อ่านที่เห็นต่างๆ ไม่กล้าแสดงความเห็นแย้ง ผู้วิจัยไม่พบเนื้อหาโพสต์ที่แสดงความเห็นเปิด เช่น การตั้งคำถาม การขอความคิดเห็นเพิ่มเติม หรือขอความช่วยเหลือ ซึ่งก่อให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์มากกว่า

ภาพที่ 5.67 ตัวอย่างการให้ความเห็นปลายปิด
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ความล้มเหลวในการกระตุ้นให้เนื้อหาสารถูกนำมาวิพากษ์ ถกเถียงเพิ่มเติม หรือถูกนำไปดัดแปลงด้วยความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การต่อสู้ไม่ขยายวงกว้างและไม่ก่อให้เกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์แก่สังคมในวงกว้าง

(3) อยู่บนพื้นที่เฉพาะ (Heterotopic)

การเปลี่ยนให้พื้นที่ออนไลน์กลายเป็นเวทีของการแสดงออก ของความคิดสร้างสรรค์ ที่แยกออกจากวัฒนธรรมกระแสหลัก เป็นพื้นที่เสมือนที่สามารถเป็นตัวแทน ต่อสู้หรือขัดแย้ง กับพื้นที่จริงที่ผู้คนใช้ชีวิตอยู่ จุดประสงค์ไม่เพียงต้องการแย้งกับระบบแต่ยังต้องการเสนอ “ทางเลือก” ทั้งทางด้านความคิดและการกระทำให้แก่สังคม (Lievrouw, 2011)

พื้นที่ออนไลน์ไม่เพียงเป็นพื้นที่เฉพาะที่ช่วยให้เหล่าคนชายขอบหรือคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบหลบซ่อนตัวจากกลุ่มผลประโยชน์อื่นๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างและมีมุมมองแตกต่าง หากแต่พื้นที่ออนไลน์ยังเป็นแหล่งสร้างวาทกรรมต่อต้านและอุบายเพื่อเอาชนะการที่โครงสร้างแบ่งแยกคนธรรมดาออกจากกัน (Asen, 2000)

กรณีของ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นการแสดงออกถูกจำกัดวงอยู่เพียงแค่พื้นที่ออนไลน์ แม้แอดมินพยายามยกระดับการเคลื่อนไหวสู่กิจกรรมออฟไลน์บางครั้งแต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากไม่มีผู้สนใจเข้าร่วมเนื่องจากแอดมินไม่มีจุดประสงค์ในการแก้ปัญหาหรือเปลี่ยนแปลงสังคม

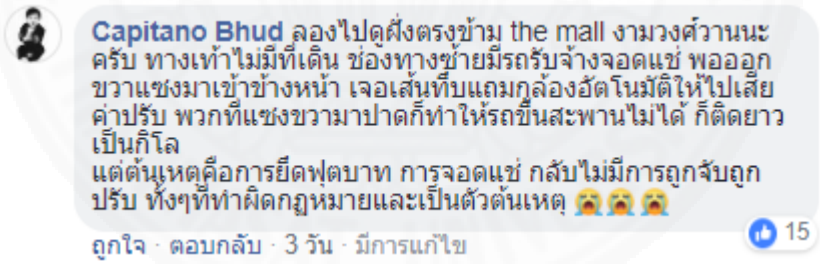
5.3.3 การสื่อสาร

พื้นที่ออนไลน์มีความใกล้เคียงในการเป็นพื้นที่สาธารณะอย่างมากเนื่องจากเป็นพื้นที่ที่อนุญาตให้ปัจเจกชนสามารถรวมตัวกันเข้าด้วยความสมัครใจเพื่อพูดคุย อภิปราย โต้แย้งกัน โดยเนื้อหาที่นำมาถกเถียงกันถูกนำมาหรือถูกดัดแปลงมาจากการรายงานข่าวของสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ (Harbermas, 1989) เพื่อก่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคม สร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนบนโลกออนไลน์เข้ามาร่วมการต่อสู้ด้วย (Lievrouw, 2011) แต่สำหรับกรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ประเด็นความเดือดร้อนนั้นไม่ได้เริ่มต้นจากการรายงานข่าวของสื่อสารมวลชนกระแสหลัก แต่แอดมินเพจเป็นผู้นำเสนอประเด็นขึ้นมาเองจากเนื้อหาที่ผู้ติดตามนำเสนอมา การนำเสนอลักษณะนี้ทำให้ผู้ใช้ดัดแปลงสารออกมาใน 2 รูปแบบดังต่อไปนี้

5.3.3.1 การสร้างสรรค์สาร

(1) เรื่องราวในชีวิตประจำวัน (Everyday Life Topic)

การแลกเปลี่ยนเรื่องราวในชีวิตประจำวันของเหล่าคนธรรมดาให้เครือข่ายสังคมของตนและคนแปลกหน้าบนโลกโซเชียลมีเดียรับรู้นั้นเป็นการสะท้อนภาวะ (Reflexivities) ของเหล่าคนธรรมดาที่เจอกับปัญหาสังคมแล้วกลับมาสะท้อนคิดถึงชีวิตประจำวันของตนเองที่ประสบปัญหาดังกล่าวเช่นกัน ตัวอย่างเช่นความเห็นดังต่อไปนี้



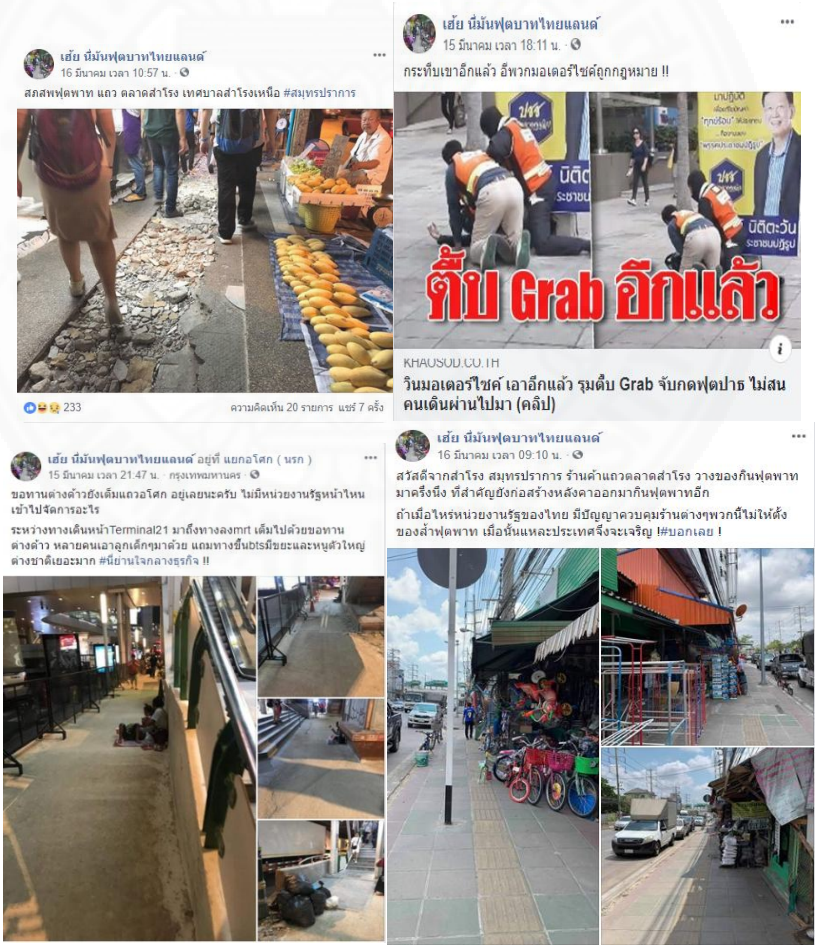
ภาพที่ 5.68 โพสต์ที่แสดงให้เห็นการบอกเล่าประสบการณ์ของผู้ใช้
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากความเห็นข้างต้น เห็นได้ว่ากลุ่มคนธรรมดาบนสังคมออนไลน์รับเอาเรื่องราวและความคิดของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” เพื่อเชื่อมโยงกับประสบการณ์จากชีวิตประจำวันของตนเอง อย่างไรก็ตาม การแสดงความเห็นเหล่านี้ไม่ได้ปลุกจิตสำนึกให้รู้สึกว่าปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นปัญหา เนื่องจาก หนึ่ง มีการนำเสนอเหตุการณ์มากมายและไม่ติดตามต่อจนเกิดการแก้ปัญหา สอง แอดมินไม่ได้นำเสนอข้อมูลมากพอแต่มักนำเสนอด้วยอารมณ์ หากแต่เป็นการบ่นใน “ชีวิตประจำวัน” เพื่อระบายความเคร่งเครียดและก็ปล่อยให้เหตุการณ์เหล่านี้ผ่านไป

(2) การต่อว่า (Complaint)

การต่อว่าและผรุสวาทคือการเสนอปัญหาต่อสังคมด้วยอารมณ์อันรุนแรง ซึ่งเป็นการเรียกร้องความสนใจของสังคมได้อย่างดี อย่างไรก็ตาม หากประเด็นเหล่านี้ไม่ได้รับการสนับสนุนด้วยข้อมูลหรือข้อเท็จจริงอันเป็นเหตุเป็นผลมากพอ ประเด็นที่ถูกนำเสนอจะค่อยๆ ถูกลืมเลือนไปจากความสนใจของสังคม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าหากการนำเสนอและหายไปของประเด็นลักษณะนี้เกิดขึ้นบ่อยครั้งจนกลายเป็นกิจวัตร ผู้ร่วมการต่อสู้และสังคมจะเริ่มรู้สึกว่าปัญหาที่ตนเห็นนั้นเป็น “เรื่องสามัญธรรมดา” ที่แม้น่ารำคาญแต่ก็เกิดขึ้นเป็นปกติ เพียงต่อว่า ผรุสวาทแล้วก็ปล่อยผ่านไป

ตัวอย่างเช่น ภายในวันเดียวกันแอดมินนำเสนอประเด็นความเดือดร้อนบนฟุตบาทที่เกิดจากกลุ่มชนชั้นล่างหลายโพสต์ และมีผู้ใช้เข้ามาต่อว่าคนกลุ่มนี้มากมายแต่ไม่ได้ติดตามต่อว่าภาครัฐแก้ปัญหาที่นำเสนอนั้นอย่างไรบ้าง



ภาพที่ 5.69 ตัวอย่างโพสต์ความเดือดร้อนบนท้องถนนที่มีต้นเหตุมาจากกลุ่มชนชั้นล่าง (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2561)

5.3.3.2 กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร

หลังจากสร้างสรรค์สาร (message) ทั้งหมดแล้ว ผู้ใช้ออนไลน์จะเผยแพร่สารเหล่านั้นผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อก่อให้เกิดความเคลื่อนไหวทางสังคมอย่างเป็นรูปธรรม การเผยแพร่ช่วยเปลี่ยนการพูดคุยบนพื้นที่สาธารณะที่ถูกวิจารณ์ว่าเป็น “การสำเร็จความใคร่ทางปัญญา” หรือการวิพากษ์วิจารณ์สังคมโดยไม่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการแก้ไขปัญหา (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน, 2551)

ธรรมชาติของช่องทางการสื่อสารออนไลน์นั้นมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสื่อช่องทางอื่นๆ ซึ่งแอดมิน “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีวิธีการผลักดันประเด็นที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลักดังต่อไปนี้

(1) การสร้างความเชื่อใจ (Trust) เพื่อระดมพลัง

การสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการผลักดันการต่อสู้ ดังนั้นผู้ใช้ออนไลน์จะเริ่มสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจระหว่างคนที่ไม่รู้จักกัน (unknown person) ผ่านเทคนิค 3 ต่อไปนี้ตามทัศนะของ Kurzban, Rigdon & Wilson (2008)

1. การย้ำสารให้เห็นบ่อยๆ (Frequency)

สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไปมีกลไก (algorithm) แสดงโพสต์ให้ผู้ใช้ออนไลน์เห็นบ่อยครั้ง ดังที่ Ballantine (2018) กล่าวว่า Facebook มีกลไกแสดงโพสต์ให้ผู้ใช้ออนไลน์เห็นบ่อยครั้งเมื่อโพสต์เหล่านั้นเข้าหลักเกณฑ์ดังนี้ หนึ่ง ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์ (interact) กับโพสต์ดีเยี่ยมผ่านการวัดค่า engagement ซึ่งเกิดจากการที่ผู้ใช้รายอื่นๆ เข้ามากด Like, Comment และ Share โพสต์นั้นเป็นจำนวนมาก สอง โพสต์นั้นถูกส่งต่อมาจากเครือข่ายเพื่อนของผู้ใช้ สาม โพสต์นั้นประกอบไปด้วยสื่อมัลติมีเดีย เช่น ภาพ วิดีโอ อินโฟกราฟิก หรือเสียงพูด

โพสต์ของแอดมินเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นถูกปรากฏให้เห็นบ่อยเนื่องจากแนบรูปภาพ มีการปฏิสัมพันธ์ดีจากสมาชิกเพจ ผู้ใช้จึงเห็นโพสต์ของเพจบ่อย

2. ลักษณะที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม (Cooperation)

Lievrouw (2011) กล่าวว่า เครือข่ายออนไลน์มีฟีเจอร์มากมายที่ออกแบบมาเพื่อรวมผู้คนให้มีความคิดความอ่านต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน โดยเริ่มต้นมักเกิดไอเดียหลัก (master idea) ซึ่งถูกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนกระแสหลักหรือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ก่อน เมื่อผู้ใช้ได้รับสารเหล่านั้นก็จะคิดวิเคราะห์ ดัดแปลงสารและนำเสนอข้อมูลพร้อมความเห็นของตนต่อไปบนแฟลตฟอร์ม (platform) ที่ตนเองเข้าถึงได้

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ไม่สามารถผลักดันให้สมาชิกนำเสนอข่าวสารของเพจต่อไปยังเครือข่ายผู้ใช้ของตนเอง ส่งผลให้การ

Ref. code: 25615807300040CHL

วิพากษ์วิจารณ์จำกัดวงอยู่แค่เพียงภายในเพจและบางครั้งจบลงโดยไม่มีการติดตามประเด็นหรือแก้ไขปัญหาจากภาครัฐ

บางกรณี ประเด็นที่แอดมินนำเสนอจะถูกสื่อมวลชนกระแสหลักหยิบยกไปนำเสนอต่อ หากแต่การนำเสนอนั้นก็ไม่สร้างความเปลี่ยนแปลงให้แก่สังคมซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นเพราะเหตุผลว่า หนึ่ง แอดมินไม่ได้นำเสนอข้อมูลและข้อเท็จจริงที่มีเหตุมีผลมากเพียงพอให้สื่อมวลชนกระแสหลักสามารถสืบค้นข้อมูลต่อได้ สอง ประเด็นที่แอดมินนำเสนอไม่ได้เป็นกระแสบนสังคมออนไลน์และไม่มีผู้ใช้พูดถึงประเด็นเหล่านี้มากนัก ตัวอย่างเช่นภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพที่ 5.70 รายงานข่าวที่ถูกหยิบยกไปนำเสนอบนสำนักข่าวข่าวสด
(*เพจดังเปรียบเทียบ*, ข่าวสดออนไลน์, 2561)

เฟลไม่เฟล แบบนี้ก็ได้ใช่ไหม! เพจดังพาไปส่องที่นี่ 'ฟุตปาทไทยแลนด์'

โดย ไทยรัฐออนไลน์ 31 ต.ค. 2560 18:30 น.

เพจดัง เฮ้ย นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ โพสต์ภาพสุดเฟลของฟุตปาทในกทม. ลูกเพจกังวลคนพิการจะเดินอย่างไร

ผู้สื่อข่าวรายงานว่า แฟนเพจเฟซบุ๊ก เฮ้ย นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ โพสต์ภาพฟุตปาทในกทม. ซึ่งมีเสาป้ายโฆษณากั้นอยู่ พร้อมบรรยายว่า FAIL !!! แบบนี้ก็ได้ใช่ไหม ?? ซึ่งมีลูกเพจสงสัยว่า แบบนี้เดินไม่ได้หรือ โดยแอดมินได้เข้ามาอธิบายเพิ่มเติมว่า "คนทั่วไปอ่ะไม่มีปัญหา แต่ผมคิดถึงคนที่สถานภาพด้อยกว่าเรา แค่นั้น"

ภาพที่ 5.71 รายงานข่าวที่ถูกหยิบยกไปนำเสนอบนสำนักข่าวไทยรัฐออนไลน์ (*เฟลไม่เฟล*, ไทยรัฐออนไลน์, 2560)

(2) การสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ (sense of belonging) เพื่อขยายพลังการต่อสู้

ความเดือดร้อนบนท้องถนนที่ถูกนำเสนอทางเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นเป็น เรื่องของคนอื่น ซึ่งอาจไม่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้รายอื่นๆ โดยตรง ดังนั้นแอดมินจึงต้องเปลี่ยน เรื่องของคนอื่น ให้กลายเป็นเรื่องสาธารณะเพื่อระดมผู้คนให้เข้ามาร่วมการถกเถียงและวิพากษ์วิจารณ์ เทคนิคเหล่านั้นได้แก่ การสร้างประสบการณ์ร่วม (shared experience) และการเปลี่ยนประเด็นส่วนตัวให้กลายเป็นประเด็นสาธารณะ (public issue)

1. การสร้างประสบการณ์ร่วม (shared experience)

ปัญหาที่เกิดขึ้นซึ่งเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นำเสนอนั้นอาจไม่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้โดยตรง แต่สมาชิกเพจจะสมมติตัวเองเป็นผู้เดือดร้อน เหมือนเป็นตัวละครตัว

หนึ่งที่ประสบปัญหาเช่นเดียวกับผู้ประสบเหตุ และร่วมกันขบคิดถึงวิธีแก้ปัญหา รวมทั้งดึงดูดให้ผู้ใช้รายอื่นเข้ามาถกเถียงเพิ่มเติมด้วย

อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดการถกเถียงแล้วแอดมินเพจกลับไม่นำประเด็นเหล่านั้นมาต่อยอด ถกเถียงกันต่อ แต่กลับนำเสนอประเด็นอื่นๆ ต่อไป

2. เปลี่ยนประเด็นส่วนตัว (private issue) สู่ประเด็นสาธารณะ (public issue)

สมาชิกเพจจะเชื่อมโยงเรื่องส่วนตัวกับข่าวสารที่แอดมินนำเสนอ นอกจากนั้นยังนำ เนื้อหาบางส่วนจากเหตุการณ์ เช่น ปัญหาความเดือดร้อนบนท้องถนน ปัญหาคอร์รัปชั่น การเปลี่ยนปัญหาส่วนตัวให้กลายเป็นปัญหาส่วนรวมนี้เปิดช่องให้ผู้ใช้รายอื่นๆ สามารถเข้ามาร่วมต่อสู้ได้เพราะต่างรู้สึกว่าตนมีสายสัมพันธ์กับปัญหาดังกล่าว ไม่ใช่เรื่องของ “คนนอก” ที่ตนไม่ควรเข้ามายุ่งเกี่ยว

โดยสรุป จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการนำเสนอเนื้อหาและการขับเคลื่อนประเด็นของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ไม่ประสบความสำเร็จนั้นมีตัวแปรเกิดขึ้นมากมาย

ลักษณะการนำเสนอข่าวสารโดยการปกปิดตัวเองด้านหนึ่งมีประโยชน์ในการป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากฝ่ายโครงสร้าง แต่อีกด้านหนึ่งก็เป็นจุดอ่อนที่สร้างความเคลือบแคลงใจให้เกิดแก่ผู้ติดตามออนไลน์ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญมากในการส่งต่อข่าวสารผ่านปากต่อปาก

อุบายการนำเสนอข่าวสารด้วยการใช้อารมณ์แต่กลับไม่ปิดท้ายด้วยข้อเท็จจริง ข้อมูลและการอธิบายเหตุผลนั้นทำให้ประเด็นปัญหากลายเป็นเพียงการพร่ำบ่นเพื่อระบายความคับข้องใจ ขณะที่ลักษณะการนำเสนอประเด็นแบบปิด ไม่เปิดโอกาสหรือจุดประกายให้เกิดการถกเถียงภายในเพจก็เป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ทำให้ปัญหาไม่ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างเอาจริงเอาจัง และไม่ทำให้ประเด็นขยายตัวไปสู่สาธารณชนได้

ขณะที่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมและการผรุสวาทด่าทอของผู้เข้าร่วมการต่อสู้นั้นเกิดขึ้นเพื่อความสะใจส่วนตัวและไม่ได้ยกระดับขึ้นสู่การตั้งคำถามที่เฉียบคมซึ่งนำไปสู่การตั้งคำถามกับฝ่ายโครงสร้างที่มีอำนาจนำในสังคมและขับเคลื่อนประเด็นปัญหาไปสู่สาธารณชนนอกกลุ่ม

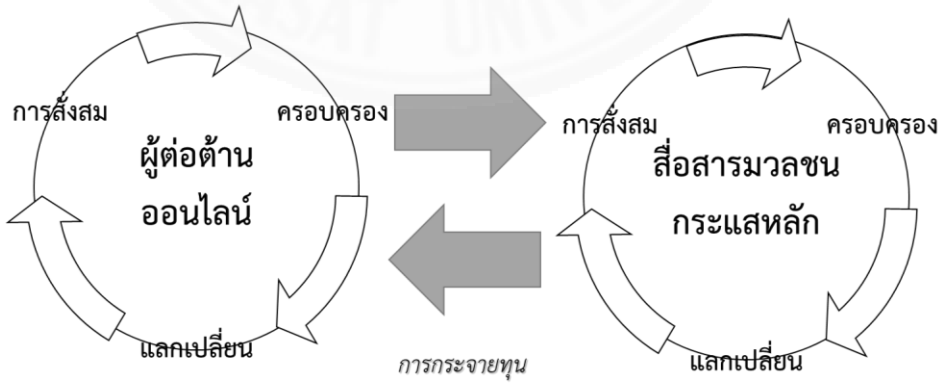
สุดท้าย ประเด็นปัญหาของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” จึงกลายเป็นเพียงข่าวสารกระแสรองที่สื่อมวลชนกระแสหลักหยิบยกไปนำเสนอเพื่อผลประโยชน์ของสำนักข่าวเองและไม่ก่อให้เกิดกระแสสังคมต่อเนื่องตามมา

Ref. code: 25615807300040CHL

5.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ

ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 4 เมื่อต้องการลุกขึ้นต่อสู้ ทุน (capital) ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดและก่อร่างสร้างอำนาจให้แก่เหล่าคนธรรมดา เป็นเครื่องมืออันสำคัญที่ใช้ในการต่อรองอำนาจกับฝ่ายโครงสร้าง Michel de Certeau (1987) กล่าวว่า ปัจจุบันเหล่าคนธรรมดามีความสามารถในการสะสมทุนเนื่องจากปัจจัยการผลิตไม่ได้ถูกสงวนไว้สำหรับชนชั้นนำ (ฝ่ายปกครองและฝ่ายทุน) เพียงฝ่ายเดียว แต่จัดสรรปันส่วนไปยังชนชั้นอื่น โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่ประสบความสำเร็จในการยื้อแย่งปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น คนธรรมดาที่สร้างหมู่บ้านจัดสรร คนธรรมดาที่เปิดร้านสะดวกซื้อของตนเอง ฯลฯ นั้นทำให้อำนาจในการต่อสู้กับการกดทับแพร่กระจายมาสู่ชนชั้นกลางค่อนข้างมากขึ้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ส่วนนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นวิเคราะห์ทุนตั้งต้นอันเสมือน “ทุนหน้าตัก” ที่ช่วยให้เหล่าคนธรรมดาสามารถต่อต้านกับโครงสร้างได้สะดวกและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เนื่องจากจากข้อมูลผู้วิจัยสรุปได้ว่าหากปัจเจกชนต้องการเปลี่ยนสถานะจาก “ผู้ถูกกระทำ” เป็น “ผู้กระทำการ” และลุกขึ้นยืนหยัดต่อต้านการกดขี่ของโครงสร้างแล้ว ทุนด้านต่างๆ ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่อนุญาตให้เกิดการต่อสู้และส่งผลต่อความสำเร็จของกรณีอย่างมีนัยยะสำคัญ ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าการสะสมทุนของแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นอาจแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มออนไลน์ (เช่น แอดมินเพจ ผู้ใช้ทั่วไป ฯลฯ) กับกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (เช่น องค์กรสื่อสารมวลชน) กลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสองกลุ่มนี้ครอบครอบ สั่งสม รวมถึงการแลกเปลี่ยนและการกระจายทุนซึ่งกันและกันดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5.72 รูปแบบการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้าน

Ref. code: 25615807300040CHL

ตามที่กล่าวไปในหัวข้อ 4.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ ผู้วิจัยพบว่า การครอบครอง สั่งสม และแลกเปลี่ยนทุนซึ่งกันและกันของกลุ่มผู้ต่อต้านโครงสร้างนั้นได้แปรเปลี่ยนให้การต่อสู้ที่กระจัดกระจาย ไม่มีทิศทาง และไม่ได้มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่โครงสร้างอำนาจของสังคม มารวมตัวกันอย่างหลวมๆ เพื่อนำไปสู่การต่อสู้อันเป็นระบบภายใต้เครือข่ายผลประโยชน์รูปแบบใหม่ที่ไม่ได้ถูกสรรค์สร้างจากยุทธศาสตร์ (strategy) ของฝ่ายโครงสร้าง แต่เกิดขึ้นจากอุบาย (tactic) ที่กลุ่มคนธรรมดาช่วยกันสร้างขึ้นโดยไม่รู้ตัว ด้วยความสัมพันธ์แบบใหม่ซึ่งก่อกำเนิดผ่าน "การแลกเปลี่ยนทุน" อย่างไรก็ตาม เห็นได้ว่ากรณี เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ กลุ่มเครือข่ายผลประโยชน์ที่ขาดหายไปคือกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ซึ่งอาจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลให้การต่อสู้ของกลุ่มไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

ผู้วิจัยอาจแจกแจงทุนอันมอบอำนาจให้แก่การต่อสู้ของกรณี เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนสัญลักษณ์ และทุนเศรษฐกิจ รวมถึงอุบายในการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนดังต่อไปนี้

5.4.1 การครอบครองและสั่งสมทุน

การศึกษาพบว่ากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 2 กลุ่มอันได้แก่ ผู้ต่อต้านออนไลน์และสื่อสารมวลชนกระแสหลักนั้นมีอุบายการครอบครองและสั่งสมทุนอันทำหน้าที่เสมือน "ทุนหน้าตัก" เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อสู้ดังต่อไปนี้

5.4.1.1 กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์

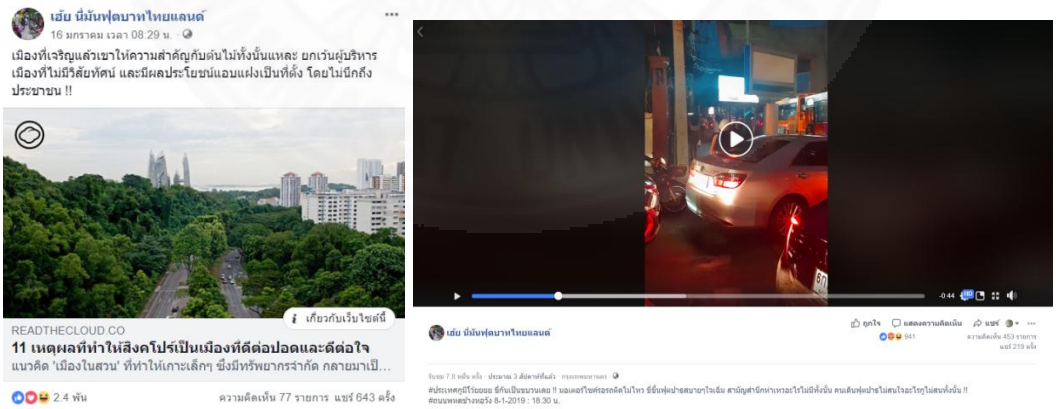
ทุนตั้งต้นที่กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ครอบครองนั้นคือเครือข่ายที่แข็งแรงอันเกิดจากการจัดตั้งนานหลายปี นอกจากนั้นปัจเจกผู้กระทำการ (agency) ที่เข้าร่วมการต่อต้านยังมีทุนวัฒนธรรมระดับดีกล่าวคือมีความรู้ความสามารถในการใช้และสร้างสรรค์สารผ่านสื่อสารดิจิทัลอย่างช่ำชอง ทั้งบนสื่อโซเชียลมีเดีย สื่อเว็บบอร์ด สื่อคลิปวีดิโอ ซึ่งทำให้ตนสามารถเผยแพร่ความคิดของกลุ่มออกไปยังช่องทางต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นยังมีความคิดในเชิงตรรกะซึ่งใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้กับความคิดของกลุ่มผู้ไม่เห็นด้วย

อย่างไรก็ตาม ปัญหาของกลุ่มคือการแลกเปลี่ยนทุนระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มกล่าวคือเนื่องจากจุดมุ่งหมายของเพจคือ "อย่างน้อยเพื่อระบายความอัดอั้นของตัวเอง เจออะไรที่แย่ๆ เน่าๆ ไม่พอใจ ก็ถ่ายรูปพร้อมกับลงคำระบายตามอารมณ์ เพื่อระบายอารมณ์ เลยสร้างเพจนี้ขึ้นมา" (เฮ้ย นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562) ดังนั้น แอดมินเพจจึงมิได้เอื้อให้เพจของตัวเป็น พื้นที่สาธารณะ ให้สมาชิกมาถกเถียงกันด้วยเหตุด้วยผลอันนำไปสู่การแลกเปลี่ยนทุนความรู้และเครือข่ายความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

(1) การครอบครองและสะสมทุนด้านความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัล

ตามการแถลงของ Facebook (*Facebook เจาะพฤติกรรม*, ประชาชาติธุรกิจ, 2561) ประชากรชนชั้นกลางกว่า 49 ล้านคนของประเทศไทยนั้นนิยมเสพข่าวสารและใช้งานสื่ออิเล็กทรอนิกส์และโซเชียลมีเดียเป็นประจำ นั้นหมายความว่าประชากรกลุ่มชนชั้นกลางต่างฝึกฝนและเพิ่มพูนความสามารถในการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มาโดยตลอด

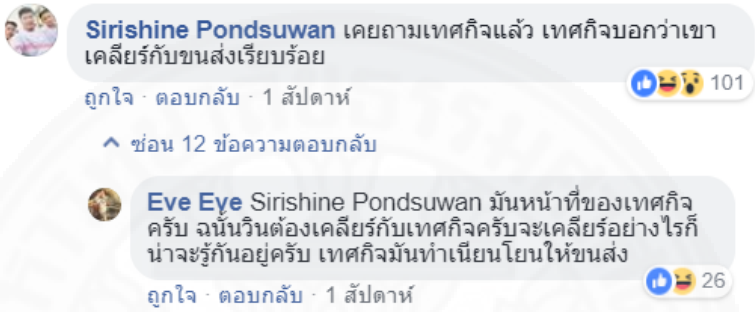
แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนเองก็เป็นกลุ่มชนชั้นกลางที่สะสมความรู้ความชำนาญในการสร้างสรรค์สื่อโดยเฉพาะช่องทางการสื่อสารบนดิจิทัลอย่างสูง ทั้งทักษะการถ่ายรูป ทั้งทักษะการเขียนข้อความ โดยระยะแรกแอดมินอาจเพียงอัพโหลดภาพและโพสต์ข้อความเกี่ยวกับปัญหาที่ตนต้องการระบายความคับข้องใจ แต่ภายหลังเมื่อสั่งสม ทุนความรู้ ได้ระดับหนึ่งจึงเริ่มหาข้อมูลหรือสร้างสรรค์คอนเทนต์แล้วส่งต่อภาพวิดีโอ ภาพชุด แชร์ข่าวจากสื่อกระแสหลัก ฯลฯ อย่างไรก็ตาม น่าสังเกตว่าคอนเทนต์ส่วนใหญ่ที่แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนนำเสนอนั้นเป็นข้อมูลที่ถูก “ส่งต่อ” มาจากคนอื่นเสียเป็นส่วนใหญ่ มีเพียงคอนเทนต์ที่เป็นภาพถ่ายเท่านั้นที่แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนลงทุนลงแรงในการสร้างสรรค์ขึ้น ลักษณะของคอนเทนต์จึงไม่มีความสร้างสรรค์มากนักและเป็นไปตามเจตนาของผู้สร้างสรรค์สารเสียมากกว่า ผู้วิจัยมีความเห็นว่าแอดมินและกลุ่มผู้ต่อต้านนั้นมีความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อที่หลากหลายหากแต่ไม่มีความตั้งใจมุ่งเป้าในการนำเสนอประเด็นหนึ่งประเด็นใดอย่างจริงจัง ซึ่งอาจเป็นเพราะอุบายการนำเสนอประเด็นกระจัดกระจายเกินไปจนไม่แน่ใจว่าควรตั้งเป้าที่ประเด็นใดเป็นสำคัญ



ภาพที่ 5.73 ตัวอย่างโพสต์การแชร์ข่าวจากสำนักข่าวอื่น (ซ้าย) และ การโพสต์คลิปวิดีโอที่ถ่ายทำเอง (ขวา)
(เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

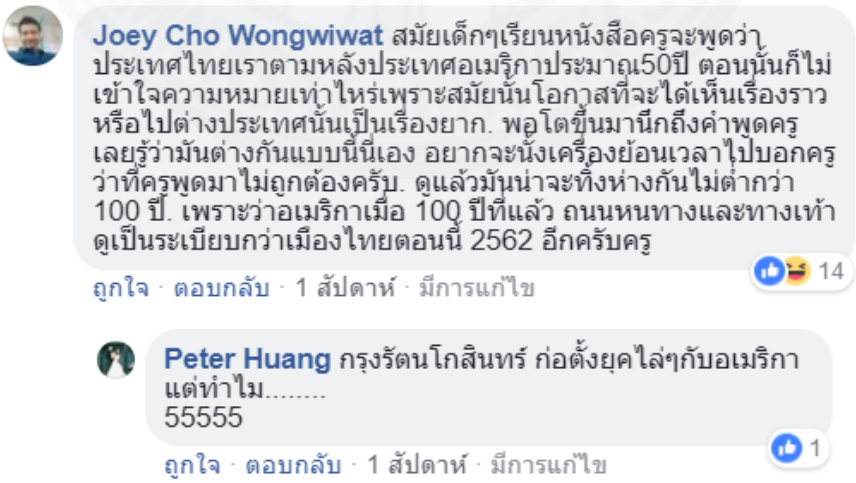
(2) การครอบครองและสะสมทุนเครือข่ายเพื่อสร้างเนื้อหาอันหลากหลาย

เมื่อเกิดการนำเสนอข้อมูลอย่างต่อเนื่องสักระยะ สมาชิกผู้มีอุดมการณ์รวมตัวกันจนเกิดเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์หลวมๆ หรือ ทุนสังคม ซึ่งใช้หล่อเลี้ยงอุดมการณ์และความเชื่อที่สมาชิกกลุ่มมีร่วมกันต่อไป นอกจากนั้นการเป็นแหล่งรวมของสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถ และพื้นฐานแตกต่างกันนั้นก็ส่งเสริมให้เพจแปรเปลี่ยนตัวเองเป็น “หม้อรวมทางความคิด” ซึ่งสมาชิกแลกเปลี่ยนข้อมูล นำความชำนาญของตนเองมาใช้คิดวิเคราะห์หรือหาข้อมูลมาเพิ่มเติมประเด็นให้หลากหลายขึ้นดังตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 5.74 การสร้างเครือข่ายของสมาชิก (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ความเห็นกรณีใครควรเป็นผู้รับผิดชอบพื้นที่บาทวิถีของเขตจตุจักรแสดงให้เห็นว่าผู้สนับสนุนมีความรู้ด้านระบบการปกครองไทย



ภาพที่ 5.75 การสร้างเครือข่ายของสมาชิก (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

การพูดถึงสภาพสังคมของสหรัฐอเมริกาต่อโพสต์ที่แอดมินเปรียบเทียบท้องถนนของไทยกับสหรัฐแสดงให้เห็นว่าผู้สนับสนุนมีความรู้เรื่องประวัติศาสตร์โลกผ่านการระบบศึกษาไทย

ภาพที่ 5.76 การสร้างเครือข่ายของสมาชิก (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

ผู้สนับสนุนร่วมนำภาพจากเมืองหังโจว ประเทศจีนมาเสริมตามต่อโพสต์ที่แอดมินพูดถึงสภาพแวดล้อมที่ดีของประเทศจีนแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนับสนุนเป็นผู้อาศัยอยู่ในประเทศจีนและมีประสบการณ์ตรงต่อสถานที่นี้

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าแอดมินเพจไม่ได้ให้น้ำหนักกับประสบการณ์และความรู้ที่ผู้สนับสนุนภายในเพจนำมาเผยแพร่กันเนื่องจากแอดมินไม่เคยเข้ามาตอบความเห็นเหล่านี้ มีเพียงบางครั้งที่ยกเรื่องราวในคอมเมนต์ขึ้นมาเป็นโพสต์ใหม่แต่ก็ไม่ได้ตั้งคำถามหรือตั้งข้อสงสัยที่ชวนให้เกิดการถกเถียงเพื่อต่อยอดความรู้อื่นๆ ต่อไป มากไปกว่านั้น ผู้วิจัยสังเกตว่าคอมเมนต์ของทั้งแอดมินและผู้สนับสนุนไม่ค่อยมาในรูปแบบการวิเคราะห์จึงไม่เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เฉียบคมและสร้างกระแสการเคลื่อนไหวต่อไป

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังเห็นว่าแอดมินไม่พยายามสร้างภารกิจร่วม (missions) ให้แก่กลุ่มผู้ร่วมการต่อต้าน หรือกำหนดลงไปว่าการต่อสู้แต่ละครั้งต้องการเพียงเป็นพื้นที่ในการพร่ำบ่นเพื่อระบายอารมณ์ การขับเคลื่อนประเด็นอันนำไปสู่การแก้ปัญหา หรือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมในระยะยาว

(3) การครอบครองและสะสมทุนชื่อเสียงเพื่อผลักดันเพจให้เป็นที่รู้จัก

แอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนสะสมทุนสัญลักษณ์มาเรื่อยๆ ผ่านการบริหารเพจต่อเนื่องมาหลายปี วิธีการสะสมทุนสัญลักษณ์ของกลุ่มคือการสร้างสถานการณ์ที่ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ (win-win situation) กล่าวคือแอดมินและผู้สนับสนุนสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกันจนเกิดฐานข้อมูลอันสมบูรณ์ มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (engagement) ภายในเพจบ่อยครั้งจนเนื้อหาเหล่านั้นปรากฏบนหน้าฟีต (feed) ของผู้ใช้รายอื่น สร้างชื่อเสียงให้เพจเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

เนื้อหา

เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์:

สองสัปดาห์ก่อน ลงเพจซะดิบดีว่าจัดระเบียบ ผ่านมาได้ครึ่งเดือนและเหมือนเดิม !! เล่นอะไรกัน “หมา” หยอกไก่เหรอ ??

รู้ว่าบ้านเมืองนี้เต็มไปด้วยมาเฟียมีสี แต่ก่อนที่จะจัดระเบียบไปตกลงกันก่อนไหม ว่ายังไง ไม่ใช่อยู่ดีๆใช้งบแผ่นดินเปลืองโดยเปล่า โดยไร้สาระ แถมทำให้ประชาชนดีใจเก้ออีก #บาปกรรมมีจริงนะ !!

(รูปภาพ)

ยอดปฏิสัมพันธ์ (engagement): 1.8 พัน ความคิดเห็น 170 รายการ แชร์ 207 ครั้ง

ภาพที่ 5.77 แสดงการโพสต์ข่าวสารต่อเนื่อง (เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์, 2562)

จากภาพเห็นได้ว่ายอดการปฏิสัมพันธ์ (engagement) นั้นสูงถึง 1,800 ครั้งซึ่งตามกลไกการทำงาน (algorithm) ของ Facebook.com แล้ว โพสต์ที่ได้รับความนิยมนั้นจะถูกนำมาเผยแพร่ให้คนอื่นๆ ที่มิได้กดติดตามเพจเห็นด้วย ซึ่งเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ทำให้เพจสามารถสั่งสมทุนสัญลักษณ์เพิ่มพูนขึ้นไปเรื่อยๆ

แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลักษณะไม่เปิดเผยตัวตนของแอดมินและกลุ่มผู้สนับสนุนทำให้ไม่เกิด “เจ้าภาพ” ที่จะรับผิดชอบและเป็นหน้าเป็นตาให้แก่กลุ่ม ดังนั้นทุนสัญลักษณ์ที่ได้จึงไม่สามารถต่อยอดนำไปแจกจ่ายหรือแลกเปลี่ยนเป็นทุนอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากนัก

5.4.1.2 กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักจัดว่าเป็นอีกกลุ่มที่เข้าร่วมการต่อสู้ของกรณี *เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์* และตามที่กล่าวไปในหัวข้อ *สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ กรณี ป้าทุบรถ* จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักมี “ทุน” ที่เหนือกว่ากลุ่มอื่นคือ ทุนด้านสัญลักษณ์ หรือชื่อเสียงและความมีหน้ามีตาในสังคมเนื่องจากเป็นสถาบันการสื่อสารที่ก่อตั้งมานาน มีการทำงานเป็นระบบ เป็นที่รู้จักของสาธารณะ นอกจากนั้นกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักยังมีทุนความรู้ด้านการรายงานข่าวตามมาตรฐานวิชาชีพดังแจกแจงได้ต่อไปนี้

(1) การครอบครองและสั่งสมทุนชื่อเสียงเพื่อรับรองการต่อสู้

สื่อมวลชนกระแสหลักนั้นเป็นองค์กรธุรกิจที่ก่อตั้งอย่างเป็นทางการ ถูกคาดหวังจากสังคมให้มีความรับผิดชอบ มีจริยธรรมวิชาชีพ มีจรรยาบรรณวิชาชีพ และมีความเป็นมืออาชีพ ดังนั้นจึงได้รับความเชื่อถือจากสังคมว่าจะนำเสนอข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์แก่สังคม กลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ ที่สื่อมวลชนกระแสหลักมีเหนือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐซึ่งถือเป็นหนึ่งในสำนักข่าวกระแสหลักก่อตั้งแต่ปี 2492 และปัจจุบันมียอดจำหน่ายสูงที่สุดในประเทศไทย ได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านอย่างมาก

เมื่อสื่อมวลชนกระแสหลักนำเสนอข่าวของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ แล้วก็เป็นเหมือนการ “ประทับตรา” ว่าเรื่องราวเหล่านี้กำลังเป็นกระแสสังคม มีสาระควรค่าแก่การติดตาม และเป็นการกำหนดวาระ (agenda setting) ให้ทั้งสังคมมุ่งความสนใจมาที่ประเด็นข่าวนี้

(2) การครอบครองและสั่งสมทุนความรู้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ข้อมูล

การรายงานข่าวบนพื้นที่ออนไลน์ด้านหนึ่งอาจมีความฉับไวต่อเหตุการณ์และให้ความรู้สึก “ไม่มีการเซนเซอร์” สมจริงและเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่า แต่จุดอ่อนคือข้อมูลเหล่านั้นยังไม่ผ่านการคัดกรองจากผู้มีประสบการณ์ในการรายงานข่าวอย่างมืออาชีพ มีความรู้ความสามารถ มีทรัพยากรและชื่อเสียงพอที่จะขุดคุ้ยประเด็นข่าวเหล่านั้นเพื่อพิสูจน์ความจริงหรือหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างเป็นระบบ

ทุนวัฒนธรรม หรือความรู้ด้านการทำข่าวของสื่อสารมวลชนกระแสหลัก เป็นตัวแปรสำคัญอันช่วยให้ข้อมูลในประเด็นข่าวสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเนื่องจากนักข่าวไม่เพียงมีบทบาทเป็น “ผู้เล่าเรื่อง” ตามเรื่องราวที่กลุ่มป้าทุบรถ บอกเล่าเท่านั้นแต่ยังเป็น “ผู้ถาม” ที่ช่วยให้เรื่องราวกระจ่างชัด ปราศจากข้อสงสัย และถูกนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับการคิดต่อของสังคมออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงของสื่อมวลชนกระแสหลักยังเป็นหลักประกันที่ช่วยให้นักข่าวสามารถเข้าสัมภาษณ์กลุ่มป้าทุบรถ เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิอื่นๆ ที่อาจยังไม่เคยถูกบอกเล่ามาก่อนอีกด้วย

5.4.2 การแลกเปลี่ยนและการกระจายทุน

นอกจากการสั่งสมและครอบครองทุนแล้ว กลุ่มผู้ต่อต้านยังต้องแลกเปลี่ยนทุนระหว่างกันและกระจายทุนเหล่านั้นให้ทั่วถึงฝ่ายของตนเพื่อสร้างอำนาจในการต่อต้านซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับที่ Bourdieu กล่าวไว้ว่า ปัจเจกชนผู้กระทำการย่อมต่อสู้เพื่อรักษาและกระจายทุนสู่กลุ่มของตน (Swartz & Zolberg, 2005) ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้ว พบลักษณะการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนเป็นช่วงดังต่อไปนี้

5.4.2.1 การแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มก้อนของตนเอง

ก่อนที่กลุ่มผู้ต่อต้านทั้ง 2 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ และกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักนั้นผ่านการแลกเปลี่ยนทุนกันเองภายในกลุ่มก้อนอย่างเข้มข้นดังต่อไปนี้

กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ ทุนตั้งต้นของแอดมินเพจคือ ทุนวัฒนธรรม หรือความรู้ของตนเองในการสร้างสรรค์และคิดคอนเซปต์เพจบนโลกโซเชียลมีเดีย ก่อนจะนำทุนวัฒนธรรมไปแลกเปลี่ยนกับกลุ่มบุคคลธรรมดาอื่นๆ ให้มาเข้าร่วม เกิดเป็น ทุนสังคม อันเกิดจากระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ เมื่อมีผู้ติดตามมากขึ้นแล้วก็สามารถแลกเปลี่ยนเครือข่ายเหล่านั้นเพื่อผลักดันให้ตนกลายเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) เพื่อใช้เป็นทุนสัญลักษณ์ ดึงดูดผู้ติดตามรายอื่นๆ ให้เข้ามาเป็นสมาชิกต่อไป

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์นั้นอาจเป็นไปแบบ “ไม่ครบวงจร” กล่าวคือเมื่อแอดมินนำ ทุนวัฒนธรรม ของตนไปชักพาให้ผู้ใช้รายอื่นเข้ามาร่วมในเพจ เกิดเป็น ทุนสังคม ได้สำเร็จแล้ว ผลผลิตอีกหนึ่งอย่างที่ได้คือ ทุนวัฒนธรรม ที่เหล่าผู้เข้าร่วมเพจช่วยกันผลิตออกมาให้รูปแบบความคิดเห็น การชวนถกเถียงอย่างมีเหตุมีผล แต่แอดมินกลับมิได้สนใจความเห็นและการถกเถียงเหล่านั้น หรืออาจเรียกได้ว่าไม่พยายามเพิ่มพูน ทุนวัฒนธรรม ของตนเองผ่านการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกอย่างจริงจัง ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการต่อสู้

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ทุนตั้งต้นของกลุ่มนี้คือ ทุนวัฒนธรรมและทุนเศรษฐกิจเพราะกลุ่มสื่อสารมวลชนนั้นมีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ของการรายงาน

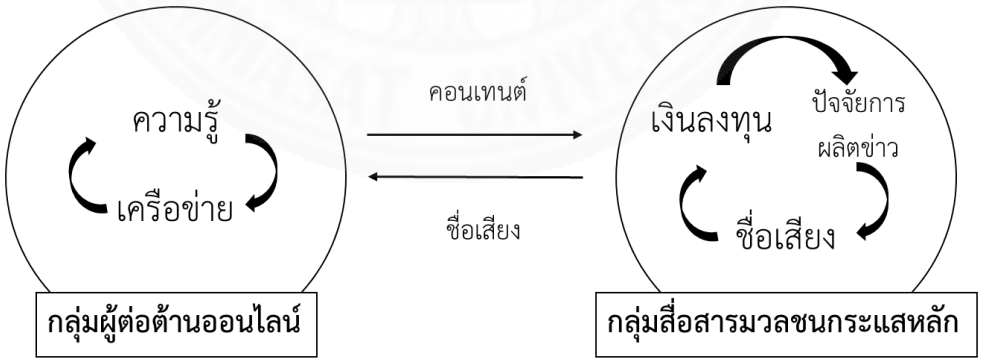
ขณะเดียวกันก็ยังมีเงินทุนมากเพียงพอจัดตั้งองค์กรสื่อขึ้นอย่างเป็นทางการ ทุนทั้งสองนี้ถูกแลกเปลี่ยนกลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ ซึ่งตามทัศนะของ Bourdieu แล้วการเป็นสถาบันแบบทางการ (formal institutional) นั้นถือเป็นทุนสำคัญที่ทำให้บทบาทของคนกลุ่มนั้นเป็นที่ยอมรับแก่สังคม เช่น การเป็นสื่อมวลชนที่จัดตั้งเป็นองค์กรมหาชน เป็นองค์กรสื่อที่ดำเนินกิจการมายาวนาน หรือองค์กรสื่อที่ได้รับความเชื่อถือจากสาธารณะ ที่น่าสนใจคือกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักอาจเป็นเพียงกลุ่มเดียวที่สามารถแปรเปลี่ยนทุนวัฒนธรรมและทุนสัญลักษณ์ของตัวเองให้กลายเป็นความสามารถในการทำกำไร หรือ ทุนเศรษฐกิจ ได้อย่างเป็นรูปธรรมผ่านการขายข่าวให้ประชาชนหรือการรับเงินโฆษณา

5.4.2.2 การกระจายทุนระหว่างกลุ่มผู้ต่อต้าน

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าจุดอ่อนของกลุ่มผู้ต่อต้านกรณี เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ อันเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การต่อสู้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรคือการขาดประสิทธิภาพในการกระจายทุนระหว่างกลุ่มต่อต้าน ซึ่งผู้วิจัยมองว่าความผิดพลาดนั้นเกิดจากกลุ่มผู้ต่อต้านมิได้มีจิตสำนึก (ideology) ที่จะผลักดันการต่อสู้ไปสู่ผลสำเร็จเพราะมีจุดประสงค์ในการใช้พื้นที่ออนไลน์เพื่อ “บ่น ระบาย” ความคับข้องใจในชีวิตประจำวัน แล้วก็กลับไปใช้ชีวิตดังปกติ

กระบวนการกระจายทุนเริ่มจากกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักหยิบยืมเอา ทุนวัฒนธรรมหรือข่าวสารที่ปรากฏบนเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ขณะที่กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ก็ได้ ทุนสัญลักษณ์ จากกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักเป็นการตอบแทน

ผู้วิจัยอาจสรุปการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสองกลุ่มได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5.78 การแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้าน

Ref. code: 25615807300040CHL

ข้อสังเกต

ผู้วิจัยมีความเห็นว่าทุนเศรษฐกิจจัดเป็นทุนที่แอดมินและผู้สนับสนุนเพจล้มเหลวในการเก็บสะสมมากที่สุดเนื่องจากแอดมินไม่มีความรู้มากพอในการระดมเงินสนับสนุนจากสมาชิก ทั้งในรูปแบบเงินบริจาค การขายสินค้าที่ระลึกเพื่อระดมเงิน ฯลฯ ทั้งที่กลุ่มผู้สนับสนุนซึ่งเป็นชนชั้นกลางนั้นมีฐานะทางเศรษฐกิจดีและพร้อมสละเงินเพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหว

ด้วยเหตุนี้ กิจกรรมของเพจ “เฮ้ย ฟุตบาทไทยแลนด์” จึงยังเกิดขึ้นในระดับการกุศลที่เรียกร้องให้ผู้คนเสียสละและใส่ใจปัญหาบนบาทวิถี อย่างไรก็ตาม การเรียกร้องจิตสาธารณะโดยไม่มีระบบการตอบแทนในรูปแบบรางวัล เงินตรา หรือการประชาสัมพันธ์นั้นเป็นสิ่งที่ชนชั้นกลางซึ่งเป็นสมาชิกส่วนใหญ่ของเพจไม่เห็นด้วย สังเกตจากความล้มเหลวของแคมเปญ “อิฐปรี๊ดดด” ซึ่งไม่สามารถระดมผู้สนับสนุนมาเข้าร่วมการต่อสู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Ref. code: 25615807300040CHL

บทที่ 6
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การต่อสู้ของคนอำนาจน้อยผ่านการพูดปากต่อปากในชีวิตประจำวัน กรณีศึกษา ความเดือดร้อนบนท้องถนน ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงวิเคราะห์ ณ จุดๆ หนึ่งของเวลา (cross-sectional analytic studies) โดยนำแนวคิดของนักคิดของสำนักเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Toronto School) คือ Walter J. Ong และ Joshua Meroywitz และแนวคิดของนักคิดที่ศึกษาเรื่องการต่อสู้ของคนธรรมดาในชีวิตประจำวันคือ Michel Michel de Certeau และ James C. Scott มาศึกษาหาคำตอบว่าการพูดปากต่อปากในฐานะเครื่องมือการสื่อสารสามารถช่วยให้คนธรรมดาต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างผ่านพื้นที่การสื่อสารออนไลน์ได้จริงหรือไม่ หากได้จะมีประสิทธิภาพถึงระดับใด

ด้วยเหตุนี้ วัตถุประสงค์การวิจัยจึงถูกกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีสื่อประเภทต่างๆ เพื่อการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน

2. เพื่อศึกษาลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์ และการทำงานของอุบาย (tactic) ที่เอื้อให้คนธรรมดา (ordinary people) สามารถต่อสู้และต่อรองกับฝ่ายโครงสร้าง (structure) ต่อประเด็นปัญหาบนท้องถนนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. เพื่อศึกษาการรณรงค์ผ่านโลกดิจิทัล (digital activism) ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญอันส่งผลต่อระดับความสำเร็จของการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน

4. เพื่อศึกษาการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มคนธรรมดาเพื่อการต่อสู้ในประเด็นปัญหาบนท้องถนน

ผู้วิจัยวางกรอบแนวคิดในการศึกษา “การพูดปากต่อปากในฐานะเครื่องมือที่ช่วยให้คนธรรมดาสามารถต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างผ่านพื้นที่การสื่อสารออนไลน์” ไว้ 5 แนวคิดคือ แนวคิดการพูดปากต่อปากและแนวคิดเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนดของ Walter J. Ong และ Joshua Merowitz เพื่อทำความเข้าใจธรรมชาติของเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดต่างๆ รวมถึงอธิบายว่ากลุ่มคนธรรมดาใช้เทคโนโลยีการสื่อสารแบบพูดปากต่อปากผ่านสื่อสารชนิดต่างๆ อย่างไร เพื่อจุดประสงค์ที่สัมพันธ์กับการต่อสู้ในชีวิตประจำวันอย่างไร แนวคิดการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของ Michel Michel de Certeau และ James C. Scott ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายการสร้างสรรค์อุบาย (หรือสาร) ของคนธรรมดาเพื่อต่อต้านกับอำนาจของฝ่ายโครงสร้างอย่างไร ขณะที่ผู้วิจัยนำแนวคิดการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านสื่อดิจิทัลของ Leah Lievrouw มาใช้เพื่ออธิบายว่าผู้ใช้ออนไลน์หยิบฉวยอุบายเพื่อมาสร้างสรรค์เป็นสารผ่านช่องทางออนไลน์อย่างไร และสุดท้ายแนวคิดเรื่องทุนของ Pierre

Ref. code: 25615807300040CHL

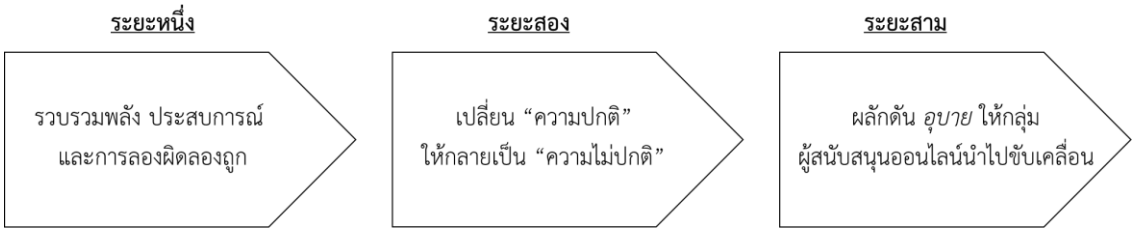
Bourdieu ถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายว่ากลุ่มคนธรรมดาต้องมีการครอบครอง สั่งสม แลกเปลี่ยน และกระจาย “ทุน” อย่างไรบ้างเพื่อสนับสนุนให้การต่อสู้ประสบความสำเร็จ

6.1 สรุปผลการวิจัย

ในการศึกษา “การพูดปากต่อปากในฐานะเครื่องมือที่ช่วยให้คนธรรมดาสามารถต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างผ่านพื้นที่การสื่อสารออนไลน์” ผู้วิจัยพบว่ากรณีศึกษา ป้าทุบรถ มีความจุดเหมือนและจุดแตกต่างกับกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” อยู่หลายประการ ทั้งในแง่ หนึ่ง บริบท ความเป็นมา และประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร สอง ลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์และการทำงานของอุบาย (tactic) สาม การรณรงค์ผ่านโลกดิจิทัล (digital activism) และสี่ การสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุน ซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าความเหมือนและความแตกต่างเหล่านี้เองที่ส่งผลอย่างมีนัยยะสำคัญต่อความสำเร็จของการต่อสู้กับฝ่ายโครงสร้างดังแจกแจงต่อไปนี้

6.1.1 บริบท ความเป็นมา และประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร

หลังจากรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเราสามารถแบ่งการบริหารและการฉวยใช้สื่อตามเกณฑ์จุดประสงค์และช่วงเวลาออกเป็น 3 ช่วงดังต่อไปนี้ ระยะหนึ่ง การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อรวบรวมพลัง ประสบการณ์ และการลองผิดลองถูก ระยะสอง การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อเปลี่ยน “ความปกติ” ให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ” ระยะสาม การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อผลักดันอุบาย ให้กลุ่มผู้สนับสนุนออนไลน์นำไปขับเคลื่อนต่อไปดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6.1 จุดประสงค์ของการบริหารและฉวยใช้สื่อ

ทั้งนี้สามารถสรุปผลการศึกษาออกมาได้เป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

6.1.1.1 ระยะหนึ่ง การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อรวบรวมพลังประสบการณ์ และการลองผิดลองถูก

ระยะหนึ่งถือเป็นช่วงที่กลุ่มคนธรรมดาเริ่มสังเกตเห็นปัญหาที่สร้างความเดือดร้อนให้แก่ตนเอง ตั้งคำถามกับปรากฏการณ์ที่เห็นตรงหน้า และนำไปสู่ความพยายามสำรวจว่าตนเองมี “ทางเลือก” (option) อะไรบ้างที่สามารถหยิบฉวยนำมาต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างที่กดทับกลุ่มของตนอยู่ จึงเห็นได้ว่าระยะหนึ่งเป็นช่วงที่เหล่าคนธรรมดาจะรวบรวมกลุ่มผู้ต่อต้าน ลองผิดลองถูกเพื่อสะสมความรู้และประสบการณ์ของการใช้เครื่องมือการสื่อสารแต่ละประเภท

(1) กรณี ป้าทุบรถ

1. การสื่อสารแบบเห็นหน้า (Face-To-Face Communication)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสื่อสารแบบเห็นหน้าเป็นเครื่องมือการสื่อสารแรกที่กลุ่มป้าทุบรถ หยิบฉวยมาใช้ โดยช่วงแรกก็หวังเพียงแก้ปัญหารถจอดขวางหน้าบ้านและความเดือดร้อนจากชาวตลาดเป็นครั้งคราวไป กลุ่มคนที่ ป้าทุบรถ สื่อสารด้วยในช่วงแรกคือ ผู้มาสร้างความเดือดร้อนให้ พนักงานรักษาความปลอดภัยประจำหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่ตำรวจ ฯลฯ แต่หลังจากสะสมประสบการณ์การสื่อสารแบบเห็นหน้ามายาวนานก็พบว่าอาจไม่ใช่เครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากนัก จึงเริ่มยกระดับการสื่อสารแบบเห็นหน้าไปใช้กับกลุ่มเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่าเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความเดือดร้อนระหว่างกัน รวมถึงปรึกษาหาความรู้ด้านกฎหมายและแนวทางการต่อสู้ซึ่งเป็นการรวบรวมความรู้ผ่านการสื่อสารแบบเห็นหน้า การปรึกษาและพูดคุยกับเหล่าเพื่อนบ้านและผู้รู้จากหลายแวดวงนั้นไม่เพียงทำให้กลุ่มป้าทุบรถ สั่งสมความรู้และประสบการณ์แต่ยังเป็นการถักทอสายสัมพันธ์ซึ่งปกติกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองใหญ่ไม่ค่อยมีระหว่างกันให้แข็งแรงยิ่งขึ้น ถือเป็นการสร้างเครือข่ายการต่อสู้ผ่านการสื่อสารแบบเห็นหน้า

2. สื่อวัตถุ (Object Media)

เมื่อฝ่ายหน่วยงานราชการสามารถฉวยใช้สื่อสารมวลชนกระแสหลักมาบันทึกประวัติศาสตร์การดำเนินงานและสร้างความชอบธรรมในการปกครองของฝ่ายตนได้แล้ว ฝ่าย ป้าทุบรถ เองก็ริเริ่มทดลองใช้สื่อวัตถุเพื่อบันทึกประวัติศาสตร์แห่งการต่อสู้ฉบับคนธรรมดาของตนบ้าง ผ่านการใส่ความหมายลงไปในวัตถุต่างๆ และเปลี่ยนให้มันกลายเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) แห่งการต่อสู้กับกลุ่มคนต่างๆ โดย สลิงขึงหน้าบ้าน เป็นสัญลักษณ์แห่งการต่อสู้กับกลุ่มลูกค้าตลาดที่มาจอดรถขวางหน้าบ้านเป็นประจำ กระถางต้นไม้ เป็นสัญลักษณ์การต่อสู้กับชาวตลาดที่มาใช้พื้นที่ขายของและจอดรถขนส่งสินค้า ขณะที่แผ่นป้ายหน้าบ้าน เป็นสัญลักษณ์การต่อสู้กับหน่วยงานราชการผ่านการบวนการยุติธรรม

3. สื่อการเขียน (Literacy Media)

การต่อสู้จะสำเร็จไปไม่ได้หากขาด เหตุผล (rational) ซึ่งก่อให้เกิดการถกเถียงและชักชวนให้กลุ่มผู้ต่อต้านเข้าร่วมการต่อสู้กันมากขึ้นเรื่อง กรณีศึกษา ป้าทุบรถ นั้นใช้เหตุผลทางด้านกฎหมายเป็นหลักยึดเพื่อยืนยันว่ากลุ่มของตนมีสิทธิเรียกร้องและเป็นฝ่ายถูกต้อง การใช้แผ่นป้ายขนาดใหญ่ซึ่งเขียนเนื้อหาเกี่ยวกับตัวบทกฎหมายที่ผ่านการร้องเรียน ต่อสู้กันมาอย่างยาวนานแล้วนั้นคือการใช้สื่อการเขียนเพื่อประกาศเหตุผลของการต่อสู้ให้สาธารณชนเข้าใจ และอีกด้านหนึ่งก็มีเนื้อหาเชิงอารมณ์ เช่น การด่าว่า การสาปแช่ง การแสดงความคับแค้น การใช้ขนาดตัวอักษรใหญ่ เพื่อทำให้เนื้อหามีสีสัน เกิดความน่าสนใจ น่าเข้ามาอ่าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่านอกจากใช้สื่อการเขียนเพื่อแสดงเหตุผลแล้ว กลุ่มป้าทุบรถ ยังใช้สื่อการเขียนเพื่อระบายอารมณ์และจูงใจให้สาธารณชนสนใจเหตุการณ์อีกด้วย

4. สื่อกิจกรรม (activity media)

การใช้สื่อกิจกรรม ทั้งการถ่ายภาพเพื่อสร้างพยานหลักฐาน การกดแตรเพื่อสร้างสถานการณ์ “ไม่ปกติ” และการโทรศัพท์แจ้งความกับตำรวจตามขั้นตอนปกติ ในช่วงแรกนั้นคือการทดลองใช้สื่อกิจกรรมเพื่อเปลี่ยนชีวิตประจำวันที่ปกติสุข ปราศจากการตั้งคำถาม ให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ” เพื่อนำไปสู่การผลักดันประเด็น ดังนั้นจะเห็นว่าสื่อกิจกรรมในช่วงแรกนี้ยังไม่มีความซับซ้อนเพราะเป็นเพียงการทดลองเก็บประสบการณ์การใช้สื่อกิจกรรมเท่านั้นเอง

(2) กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าก่อนการก่อตั้งเพจของแอดมิน “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้น ฝ่ายโครงสร้างหรือหน่วยงานราชการมีอำนาจครอบงำการอธิบายปัญหาบนท้องถนนว่าเกิดจากความไม่รับผิดชอบ ความประมาท และความขาดจิตสำนึกของกลุ่มคนธรรมดาเองผ่านสื่อมวลชนกระแสหลัก แม้จะมีนักวิชาการฝ่ายการศึกษานำเสนอผลวิจัยว่าปัญหาบนท้องถนนเกิดจากปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น การออกแบบผังเมือง การจราจร นโยบายราชการ ฯลฯ แต่ก็ไม่ได้รับความสนใจจากสังคมมากนัก จึงอาจกล่าวได้ว่าระยะหนึ่งนั้น หน่วยงานราชการใช้สื่อมวลชนกระแสหลักเพื่อครอบงำให้คนธรรมดามองเห็นว่าตนเองเป็นรากเหง้าของปัญหา

เมื่อเปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งสอง ผู้วิจัยเห็นข้อแตกต่างว่ากรณี เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นั้นไม่มีการใช้สื่อเพื่อการสั่งสมเครือข่าย ประสบการณ์และความรู้ มากกว่านั้นหากจะเริ่มทำการต่อต้าน เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ยังต้องต่อสู้กับยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างที่ฉวยใช้สื่อมวลชนกระแสหลักเพื่อสร้างมายาคติว่ากลุ่มคนธรรมดาผู้ใช้ชีวิตบนท้องถนนนั้นเป็นสาเหตุของความวุ่นวายที่เกิดขึ้น ไม่ใช่ความรับผิดชอบของหน่วยงานราชการ

Ref. code: 25615807300040CHL

6.1.1.2 ระยะสอง เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อเปลี่ยน "ความปกติ" ให้กลายเป็น "ความไม่ปกติ"

หลังจากผ่านการรวบรวมความรู้ ประสบการณ์ และเครือข่ายผู้ต่อต้านแล้ว ระยะสองเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มคนธรรมดาจะร่วมมือกันเพื่อเปลี่ยนชีวิตประจำวัน (everyday life) อันปกติ ไม่น่าตั้งคำถาม ให้กลายเป็น "ความไม่ปกติ" ที่ชี้ให้สาธารณชนมองเห็นปัญหา นำไปสู่การถกเถียงและเป็นจุดเริ่มต้นของการขับเคลื่อนการต่อสู้ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากรณีศึกษาทั้งสองมีรายละเอียดการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารดังต่อไปนี้

(1) กรณี ป้าทุบรถ

1. สื่อกิจกรรม (Activity Media)

สื่อกิจกรรมถือเป็นสื่อหลักและสำคัญมากที่กลุ่มป้าทุบรถ เลือกใช้ระหว่างเกิดเหตุการณ์เพื่อกระตุกให้ผู้คนตั้งคำถามกับสถานการณ์ตรงหน้า โดยอาจแบ่งการใช้สื่อกิจกรรมในช่วงนี้ออกเป็น 3 ขั้นตอนเพื่อบ่มเพาะสถานการณ์ให้สุกงอม

ขั้นแรก-สร้างหลักฐาน: กลุ่มป้าทุบรถ หยิบมือถือขึ้นมาถ่ายภาพรถกระบะที่จอดขวางหน้าบ้านเพื่อสร้างพยานหลักฐาน รวมถึงการถ่ายวิดีโอภาพเคลื่อนไหวซึ่งนอกจากกิจกรรมทั้งสองอย่างนี้จะเป็นสัญลักษณ์ (Symbol) แสดงว่าการกระทำของตนเองถูกต้องแล้ว ยังเป็นการ "อุ่นเครื่อง" ให้สาธารณะมองเห็นว่ากำลังจะเกิดเหตุการณ์บางอย่างในเวลาอีกไม่นาน และเข้ามารวมตัวเพื่อสังเกตการณ์

ขั้นสอง-ดึงดูดความสนใจ: เมื่อสังเกตเห็นว่ามีผู้คนมารายล้อมพอสมควรแล้ว กลุ่มป้าทุบรถ เริ่มกดแตรต่อเนื่อง หยิบขวานและเสียมขึ้นมาถือและเดินวนรอบๆ รถกระบะด้วยท่าทีเอาเรื่อง รวมถึงการโทรศัพท์แจ้งความที่สถานีตำรวจเขตประเวศ กิจกรรมเหล่านี้นอกจากจะสร้างความหวาดระแวงและเร้าอารมณ์ให้แก่ผู้คนที่มุงดูอยู่รอบๆ แล้ว (ซึ่งด้านหนึ่งก็เป็นกิจกรรมด้าน อารมณ์ เพื่อดึงดูดความสนใจของสาธารณชนที่กลุ่มป้าทุบรถ เคยเก็บประสบการณ์การใช้สื่อชนิดนี้มาในระยะหนึ่งแล้ว) ยังเป็นการบ่มเพาะบรรยากาศตึงเครียดให้แก่สถานการณ์

ขั้นสุดท้าย-ลงมือสร้างความเปลี่ยนแปลง: หลังจากบ่มเพาะสถานการณ์ทั้งหมดจนเข้าที่แล้ว ป้าทุบรถ ก็เริ่ม "ทุบ" ขวานมือลงไปรอบๆ รถกระบะ ซึ่งการ "ทุบ" นี้ด้านหนึ่งเป็นการทำให้ผู้คนเห็นว่าชีวิตประจำวันที่ปกติ ดูเหมือนไม่ผิดแปลกนั้น แท้จริงมีสิ่งที่น่าตั้งคำถามและไม่เป็นธรรมอยู่มากมาย ส่วนอีกด้านหนึ่ง การ "ทุบรถ" ลงไปจริงๆ นั้นก็เป็นการ "ปลดปล่อย" อารมณ์ของสาธารณชนที่มามุงดูหลังจากบ่มเพาะความตื่นเต้นมาตั้งแต่ ขั้นแรก-สร้างหลักฐาน แล้ว

2. สื่อวัตถุ (Object Media)

สื่ออีกชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งยวดในช่วงเกิดเหตุการณ์นั้น คือสื่อวัตถุซึ่งในที่นี้หมายถึงขวานและเสียมที่ถูกกลุ่มป้าทุบรถ ใส่ความหมายลงไปอย่างเข้มข้นและชาญฉลาดจนมีสถานะเป็นสัญญะ (Sign) และการใช้วิธีสัมพันธบท (Intertextuality) เพื่อเชื่อมโยงวัตถุกับตัวบทแต่อดีตในความรับรู้ของสังคม

สัญญะที่สำคัญของ ขวานมือ (Hachet) นั้นคือ หนึ่ง ประชาชนชาวไทย ซึ่งเกิดจากการเชื่อมโยงกับรูปร่างประเทศไทยที่มีลักษณะคล้ายขวานโบราณ สอง ความตรงไปตรงมา เนื่องจากเชื่อมโยงกับสำนวน ขวานผ่าซาก ซึ่งหมายถึงคนจริง ไม่สนหน้าอินทร์หน้าพรหม สาม วีรบุรุษชาวบ้าน เนื่องจากขวานมือเป็นอาวุธรบของ นายทองเหม็น ซึ่งเป็นหนึ่งในวีรบุรุษชาวบ้านบางระจันที่สังคมรู้จักกันดี สี่ ความยุติธรรม เพราะกิจกรรมการ “ทุบ” (ซึ่งปกติขวานมือต้องคู่กับกริยา “จาม”) นั้นเป็นกิจกรรมที่ศาลยุติธรรมใช้ เมื่อต้องตัดสินคดีศาลจะใช้ฆ้อนไม้ “ทุบ” ลงบนโต๊ะและประกาศคำพิพากษาเพื่อมอบความยุติธรรมให้แก่โจทก์และจำเลย

ขณะที่เครื่องแต่งกาย (Outfit) นั้นก็เป็นสัญญะหนึ่งที่ช่วยให้ชนชั้นกลางเชื่อมโยงตัวเองกับเหตุการณ์ และสำคัญในแง่การสลายมายาคติที่สังคมมีต่อคำว่า มนุษย์ป้า โดยกลุ่มป้าทุบรถ แต่งตัวด้วยเสื้อผ้าทำจากกำมะหยี่ สวมแว่นตา และทำทรงผมเรียบ ซึ่งเป็นแฟชั่นที่ผู้สูงอายุนิยมกัน แต่การแสดงออกนั้นกลับมีเหตุมีผล วางอุบายมาอย่างแยบคาย ดังนั้น เสื้อผ้าของ “กลุ่มป้าทุบรถ” ที่จงใจแสดงตัวเป็น มนุษย์ป้า อย่างชัดเจนนั้นจึงเป็นการท้าทายมายาคติด้านลบและรื้อสร้าง (Reconstruct) ความหมายของกลุ่มชนชั้นกลางที่มีต่อหญิงสูงวัย

โดยสรุป สื่อวัตถุถือเป็นสื่ออันสำคัญที่ช่วยสร้างและควบคุมความหมายของการต่อสู้ และเปิดให้มีการตีความและสร้างสรรค์ความหมายใหม่ของสารออกมาเรื่อยๆ ซึ่งส่งผลให้กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์รับลูกนำไปตีความ วิพากษ์วิจารณ์ และดัดแปลงใหม่จนกลายเป็นสารจำนวนมากมายบนโลกออนไลน์

3. การพูดแบบเห็นหน้า (Face-To-Face Communication)

แม้สื่อการพูดแบบเห็นหน้าจะถูกพิสูจน์ในระยะหนึ่งแล้วว่าไม่มีพลังพอปัดเป่าปัญหาที่เกิดขึ้นออกไปได้ แต่กลุ่มป้าทุบรถ ยังนำสื่อการพูดแบบเห็นหน้ากลับมาใช้ในระยะสองเพื่อตอกย้ำการใช้อุบาย อารมณ์ และ เหตุผล อีกครั้ง โดยเมื่อเจ้าของรถกระบะกลับมา ป้าทุบรถเริ่มจากการ ด่าว่า อย่างรุนแรงและใช้ถ้อยคำหยาบคายเพื่อเร้าอารมณ์ให้สาธารณชนเห็นความโกรธแค้นที่ถูกกดทับมานาน และดึงดูดความสนใจให้ทุกคนมุงเข้ามาร่ายล้อมจากนั้นจึงสบโอกาส อธิบายเหตุผล เพื่อแสดงเหตุผลของการ “ทุบรถ” ที่เกิดขึ้น

4. สื่อดิจิทัล (Digital Media)

เช่นเดียวกับในระยะหนึ่ง สื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่กลุ่มป้าทุบรถ ทดลองใช้งานอย่างไม่ให้ความสำคัญมากนักเนื่องจากเป็นสื่อที่กลุ่มตนไม่ชำนาญ เห็นจาก ป้าทุบรถ ท้าทายให้ผู้คนที่ถ่ายวิดีโอผ่านสมาร์ทโฟนอยู่รอบๆ นำคลิปเหตุการณ์ไปเผยแพร่ต่อบนโลกดิจิทัลด้วย

(2) กรณี "เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์"

ความแตกต่างทางด้านการใช้สื่อของกรณีศึกษาทั้งสองที่เห็นได้ชัดคือเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นั้นไม่มีช่วงรวบรวมพลัง ประสบการณ์ และการลองผิดลองถูกอย่างเป็นระบบ ดังนั้นจึงต้องบ่มเพาะสถานการณ์ทั้งหมดในระยะสองผ่านการใช้สื่อดิจิทัลทั้งหมด เราอาจแบ่งการใช้สื่อดิจิทัลตามวัตถุประสงค์ได้แก่ หนึ่ง การดึงดูดความสนใจ สอง การรวบรวมกลุ่มผู้ต่อต้าน และสาม ลงมือเปลี่ยนความ "ปกติ" ให้กลายเป็นความ "ไม่ปกติ ในระยะสองทั้งหมด ผู้วิจัยอาจแจกแจงได้ดังต่อไปนี้

ขั้นหนึ่ง-ดึงดูดความสนใจ: ข้อความภายในภาพ เป็นองค์ประกอบสำคัญของคอนเทนต์ซึ่งแสดงความเห็นของแอดมินให้กลุ่มผู้ติดตามเกิดความสนใจและเข้ามาติดตามอ่าน นอกจากนั้น สีของตัวอักษร เป็นตัวแปรที่สร้างเรื่องราวให้มีลักษณะขั้วตรงข้าม (binary opposition) ซึ่งทำให้เรื่องราวเข้าใจง่าย ดึงดูดความสนใจได้ดี นอกจากนั้น รูปภาพ ที่ดูสมจริง ถูกถ่ายโดยมือสมัครเล่น และพบเห็นได้ในชีวิตประจำวันก็สร้างความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มผู้ใช้ได้ดี

ขั้นสอง-รวบรวมกลุ่มผู้ต่อต้าน: การติด Hashtag ช่วยให้โพสต์เผยแพร่และกระจายตัวออกไปได้ทั่วโลกออนไลน์ทำให้ผู้ใช้รายอื่นๆ เกิดความสนใจ และแม้จะไม่มีคอนเทนต์ที่น่าสนใจมากนัก หากแต่ระบบอัลกอริธึมของเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กก็ช่วยให้คอนเทนต์กระจายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง

ขั้นสาม-ลงมือเปลี่ยน: คำบรรยายภาพเป็นองค์ประกอบที่เปลี่ยนให้เหตุการณ์ที่แอดมินนำเสนอซึ่งดูปกติ เป็นชีวิตประจำวัน (everyday life) กลายเป็นเรื่อง "ไม่ปกติ" ผ่านการเขียนเนื้อหาในเชิงวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของหน่วยงานราชการ ด้านประสิทธิภาพการทำงานและคอร์รัปชั่น การเปรียบเทียบสภาพบาทวิถีของต่างประเทศกับประเทศไทย หรือบาทวิถีที่สร้างโดยเอกชนกับราชการ การตั้งคำถามซึ่งชวนให้ผู้ใช้ที่เข้าร่วมฉุกคิดว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นไม่ใช่เรื่องปกติ นอกจากนั้นยังชี้เป้าผู้รับผิดชอบทั้งที่เป็นหน่วยงานราชการและชนชั้นล่าง

อย่างไรก็ตาม ขั้นตอนนี้เองที่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นข้อจำกัดของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ อย่างมากเพราะแม้จะประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนชีวิตประจำวันให้กลายเป็นเรื่อง "ไม่ปกติ" ขึ้นมาได้ หากแต่กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ไม่ต้องการผลักดันประเด็นไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นระบบส่งผลให้ประเด็นปัญหาเริ่มหายจากกระแส จากนั้นก็นำประเด็นใหม่มานำเสนอต่อ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากระบวนการเปลี่ยนชีวิตประจำวันให้กลายเป็น

ความ “ไม่ปกติ” ซึ่งเกิดซ้ำแล้วซ้ำเล่าแต่ไม่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้จะส่งผลให้ผู้รับสารชินชากับความเดือดร้อน กลายเป็น “ความปกติใหม่” ที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ เป็นผู้สร้างและสอดคล้องไปกับยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างที่กดทับคนธรรมดาอยู่

เมื่อเปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งสอง จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ จำกัดการต่อสู้อยู่เพียงการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น ขณะที่ ป้าทุบรถ มีความสามารถ ความรู้ และความเข้าใจในการใช้สื่อที่หลากหลาย ประกอบกับ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ไม่มีช่วงเวลาสั่งสมความรู้ ประสบการณ์ และรวบรวมเครือข่ายอย่างเป็นระบบนัก ทำให้ประสิทธิภาพในการเปลี่ยนชีวิตประจำวันให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ” นั้นเกิดขึ้นอย่างไม่มีประสิทธิภาพจนตกเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ (strategy) ของฝ่ายโครงสร้างโดยไม่รู้ตัว

6.1.1.3 ระยะสาม: เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อผลักดันอุบาย ให้กลุ่มผู้สนับสนุนนำไปขับเคลื่อนต่อ

หลังจากประสบความสำเร็จในการกระตุกให้กลุ่มคนธรรมดาใคร่ครวญถึงประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว กลุ่มคนธรรมดาจะเริ่มผลักดันและยกระดับการต่อสู้ให้กลายเป็นกระแสสังคมผ่านกลุ่มผู้สนับสนุนอื่นๆ ผู้วิจัยอาจแจกแจงการใช้สื่อเพื่อการผลักดันอุบาย ให้กลุ่มผู้สนับสนุนนำไปขับเคลื่อนต่อดังต่อไปนี้

(1) กรณี ป้าทุบรถ

สื่อสารมวลชนกระแสหลัก (mainstream media)

เพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่การต่อสู้และนำเสนอข้อมูลเพิ่มเติมแก่สังคมมากขึ้นเรื่อยๆ กลุ่มป้าทุบรถ มีความตั้งใจและพยายามอย่างมากที่จะฉวยใช้สื่อมวลชนกระแสหลักให้มาเข้าข้าง อุบายการใช้สื่อมวลชนกระแสหลักของกลุ่มป้าทุบรถ นั้นผันแปรไปตามท่าทีของสื่อมวลชนซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะดังต่อไปนี้

ระยะแรก-ผู้พิทักษ์โครงสร้าง: เนื่องจากมายาคติ มนุษย์ป้า และ ปัญหาบนท้องถนนเกิดจากคนธรรมดา เป็นความคิดหลักที่ครอบงำสังคมมาอยู่ก่อนแล้ว ท่าทีระยะแรกของสื่อมวลชนจึงเป็นวิพากษ์วิจารณ์และโจมตีกลุ่มผู้ต่อต้าน แต่เมื่อกลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์รวมตัวและผลักดันประเด็นปัญหานี้จนกลายเป็นกระแสสังคม กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักจึงเริ่มทบทวนบทบาทของตนเอง หมุดหมายสำคัญของความสำเร็จในระยะนี้คือการที่กลุ่มป้าทุบรถ จัดแถลงข่าวที่หน้าบ้านและสามารถเชิญสื่อมวลชนกระแสหลักจากหลายสำนักมาร่วมฟังการแถลงข่าวได้

ระยะสอง-ผู้หยั่งเชิง: หลังจากฟังแถลงข่าวแล้ว สื่อสารมวลชนกระแสหลักซึ่งเริ่มตั้งคำถามกับประเด็นข่าวนี้ก็เริ่มหาข้อมูลเพิ่มเติมผ่านการสัมภาษณ์ การทำสกู๊ปเจาะประเด็น การขอความเห็นจากนักกฎหมายและนักวิชาการเพื่อหาคำตอบว่าสื่อมวลชนกระแสหลักควรมีท่าทีต่อประเด็นนี้อย่างไร เมื่อกระแสสังคมถูกปลุกเร้ามากยิ่งขึ้นสื่อสารมวลชนกระแสหลักจึง

หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องสัมภาษณ์กลุ่มป้าทุบรถ หมุดหมายสำคัญของความสำเร็จคือการที่กลุ่มป้าทุบรถ ได้รับเชิญจากสื่อมวลชนหลายสำนักให้มาออกรายการทอล์กโชว์ทางโทรทัศน์

ระยะสาม-ผู้พิทักษ์ความถูกต้อง: หลังสื่อมวลชนกระแสหลักมีโอกาสสัมภาษณ์ ป้าทุบรถ ผ่านรายการทอล์กโชว์หลายรายการพร้อมกับกระแสสังคมจากโลกออนไลน์สนับสนุน สื่อสารมวลชนกระแสหลักก็เริ่มมีท่าทีเปลี่ยนแปลงหันไปเข้าข้างกลุ่มผู้ต่อต้านมากขึ้นและกลายเป็นกำลังหลักที่ช่วยผลักดันการต่อสู้ของกลุ่มต่อไป

(2) กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่า เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นั้นไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อผลักดันประเด็นให้เกิดความเปลี่ยนแปลง เนื่องจากจุดประสงค์หลักของเพจคือการจัดตั้งขึ้นเพื่อ เป็นพื้นที่ระบายความรู้สึกอัดอั้น อย่างไรก็ตาม สื่อสารมวลชนกระแสหลักก็เข้ามาร่วมการต่อสู้ของเพจด้วย หากแต่ท่าทีของสื่อสารมวลชนกระแสหลักที่นำเสนอข่าวสารต่อจากเพจคือการเป็นผู้รายงานข่าวซึ่งเพียงนำข้อความ รูปภาพ และความคิดเห็นบางส่วนของเพจไปนำเสนอต่อ ไม่ได้หาข้อมูลหรือเชิญกลุ่มผู้ต่อต้านมาออกรายการทอล์กโชว์แต่อย่างใด สถานะของเพจจึงเป็นผู้ถูกเลือกที่สื่อสารมวลชนกระแสหลักนำเนื้อหาข่าวมาเติมเต็มพื้นที่

สรุปการเปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี

1. การใช้เทคโนโลยีสื่อเพื่อรวบรวมพลัง สะสมประสบการณ์ และลองผิดลองถูก

ระยะหนึ่งซึ่งคือการทดลองใช้เทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ นั้นถือเป็นช่วงเวลาสำคัญมากต่อความสำเร็จของการต่อสู้เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่เปิดโอกาสให้คนธรรมดาทำความเข้าใจธรรมชาติ ลักษณะ และอุบายของสื่อแต่ละชนิดอย่างถี่ถ้วน

ตัวแปรสำคัญหนึ่งที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นคือการสื่อสารในระยะหนึ่งนั้นเกิดขึ้นกับกลุ่มผู้รับสารขนาดเล็กซึ่งอยู่แวดล้อมตัวผู้ต่อต้าน อย่างกรณี ป้าทุบรถ คือกลุ่มเพื่อนบ้าน ชาวตลาด พนักงานรักษาความปลอดภัย ตำรวจ ฯลฯ ซึ่งการสื่อสารกับผู้รับสารกลุ่มเล็กๆ นี้เปิดโอกาสให้ ป้าทุบรถ กล้าทดลองการใช้สื่อชนิดต่างๆ เพราะอุบายที่ใช้ยังไม่ถูกส่งไปยังกลุ่มผู้รับสารมวลชน (mass audience) นอกจากนั้น ช่วงเวลาการทดลองนานนับ “10 ปี” เปิดโอกาสให้กลุ่มป้าทุบรถ ทดลองการใช้สื่ออย่างถี่ถ้วนจนพร้อมสำหรับการต่อสู้กับโครงสร้างในอนาคต

2. การใช้สื่อผสม (mixed media) และการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียว

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มป้าทุบรถ มีความสามารถใช้สื่อหลากหลายชนิดโดยในระยะหนึ่งนั้นการใช้สื่อหลากหลายชนิดเป็นไปเพื่อลองผิดลองถูก หาสื่อที่เหมาะสมสำหรับการต่อต้านที่สุด ขณะที่ระยะสองกลุ่มป้าทุบรถ คัดสรรเฉพาะสื่อบางชนิดที่ทดลองแล้วว่าก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากที่สุดมาใช้งาน และระยะสาม กลุ่มป้าทุบรถ จะเน้นใช้สื่อสารมวลชนกระแสหลักเพื่อเผยแพร่อุบายของตัวเองสู่สาธารณะ ดังนั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่านอกจากการใช้สื่ออันหลากหลาย

แล้ว คนธรรมดายังต้องทดลอง คัดสรร และฉวยใช้สื่อให้เหมาะสมกับจุดประสงค์การสื่อสารในแต่ละช่วง

ดังที่อธิบายไปจะเห็นได้ว่าเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นอกจากจะไม่มีช่วงเวลาลองผิดลองถูกเพื่อศึกษาวิธีการใช้สื่ออย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังขาดการใช้สื่อผสมหลากหลายชนิดเพื่อตอบจุดประสงค์การสื่อสารแต่ละช่วง จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการใช้สื่อดิจิทัลเพียงอย่างเดียวเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การต่อสู้ของคนธรรมดากลุ่มนี้ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร

3. ความล้มเหลวในการใช้สื่อสารมวลชนกระแสหลักเพื่อขับเคลื่อนประเด็นการเคลื่อนไหวต่อไป

โดยทั่วไป สื่อมวลชนกระแสหลัก (mainstream media) มักดำเนินบทบาทเป็น ผู้พิทักษ์โครงสร้าง หรือกลุ่มธุรกิจที่สนับสนุนการปกครองของหน่วยงานราชการ และมองการต่อต้านของกลุ่มธรรมดาว่าเป็นการสร้างความวุ่นวายให้เกิดแก่สังคม ดังนั้นการจะฉวยใช้อำนาจของกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักได้นั้นจำเป็นต้องพุ่งเป้าการสื่อสารไปยังธุรกิจกลุ่มนี้อย่างมาก จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มป้าทุบรถ ให้ความสำคัญกับสื่อสารมวลชนกระแสหลักมากที่สุดในระยะสาม โดยออกแบบสาร (message design) ให้เหมาะกับสื่อสารมวลชนกระแสหลัก เช่น การประกาศแถลงข่าวหน้าบ้านสำหรับสื่อสารมวลชน การเดินสายออกรายการทอล์กโชว์ และการยอมให้สื่อมวลชนกระแสหลักสัมภาษณ์ทุกครั้ง ขณะที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ออกแบบสารให้มีลักษณะทั่วไป ไม่เจาะจงถึงสื่อมวลชนกระแสหลัก จึงตกเป็น “แหล่งข่าว” ที่สื่อมวลชนจะเลือกหยิบยกเนื้อหาไปนำเสนอเพื่อเติมเต็มพื้นที่ข่าว เพิ่มความนิยม และแสวงหากำไรต่อไป

6.1.2 ลักษณะ วิธีการสร้างสรรค์ และการทำงานของอุบาย (Tactic)

เพื่อต่อต้านยุทธศาสตร์ (strategy) ของฝ่ายโครงสร้างที่ถูกออกแบบขึ้นอย่างซับซ้อนและฝังรากลึกกลายเป็นมายาคติที่ครอบงำความคิดของผู้คนในสังคมต่อประเด็นปัญหาบนพื้นที่บนท้องถนน กลุ่มคนธรรมดาจำเป็นต้องสร้างสรรค์อุบายเป็นสาร (message) เพื่อสู้กลับยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้าง ผู้วิจัยแจกแจงอุบายการต่อสู้ของกรณีศึกษาทั้งสองกรณีดังต่อไปนี้

6.1.2.1 การจัดอันดับคู่ต่อสู้

สำหรับกรณีศึกษา ป้าทุบรถ นั้น นอกจากกลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อต้านได้ความรู้และประสบการณ์ในการใช้สื่อผ่านการลองผิดลองถูกมาอย่างช่ำชองแล้ว อีกหนึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือการทำความเข้าใจกลุ่ม คู่ต่อสู้ หรือผู้รับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาที่ตนกำลังเรียกร้องอยู่ ผู้วิจัยสรุปอุบายในการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6.1

อุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ

	ความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์	**อำนาจเพื่อการแก้ปัญหา**	**กิจกรรมที่ทำ**
หน่วยงานราชการ	รับผิดชอบโดยตรง	มาก	กล่าวโทษถึงตัวบุคคลที่เป็นตัวแทนของโครงสร้าง
นายทุนเอกชน	รับผิดชอบโดยอ้อม	มาก	หลีกเลี่ยงการพูดถึง
กลุ่มชาวตลาด	รับผิดชอบโดยอ้อม	น้อย	หลีกเลี่ยงการพูดถึง
กลุ่มผู้ใช้งานทางอินเตอร์เน็ต	ไม่มีส่วนรับผิดชอบ	มาก	ไม่ได้กล่าวถึง

จากตาราง กลุ่มป้าทุบรถจะให้ความสำคัญแก่การต่อสู้กับหน่วยงานราชการเป็นอันดับแรกเนื่องจากเป็นฝ่ายโครงสร้างที่ต้องรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาโดยตรง มีอำนาจมากพอจะแก้ปัญหา กิจกรรมที่ทำคือการกล่าวโทษถึงตัวบุคคลซึ่งเป็นตัวแทนของฝ่ายโครงสร้างโดยตรง เช่น พล.ต.อ.อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าการกรุงเทพมหานคร หรือ นายธนะสิทธิ์ เมธพันธ์เมือง ผู้อำนวยการเขตประเวศ

ขณะที่กลุ่มอันดับสองคือกลุ่มนายทุนเอกชนและกลุ่มชาวตลาดนั้นมีความรับผิดชอบโดยอ้อมต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และกลุ่มชาวตลาดยังมีอำนาจน้อย ไม่สามารถปัดเป่าปัญหาเชิงโครงสร้างที่เกิดขึ้นออกไปได้ กลุ่มป้าทุบรถ รู้ว่าคนกลุ่มนี้ไม่สามารถแก้ปัญหาและกลุ่มของตนไม่มีศักยภาพมากพอที่จะกดดันคนกลุ่มนี้ได้จึงหลีกเลี่ยงที่จะพูดถึงคนกลุ่มนี้เป็นส่วนใหญ่

กลุ่มอันดับสามคือกลุ่มผู้ใช้งานทางอินเตอร์เน็ตที่ออกมาโจมตีกลุ่มป้าทุบรถ พวกเขาเหล่านี้ไม่มีความเกี่ยวข้องโดยตรง แต่มีอำนาจมากผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของตนเอง ซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการละเลยการสื่อสารถึงคนกลุ่มนี้นั้นอาจเป็นข้อผิดพลาดทางด้านการจัดอันดับความสำคัญของป้าทุบรถเนื่องจากคนกลุ่มนี้มีอำนาจมากและอาจปั่นป่วนให้เกิดการต่อสู้บนโลกออนไลน์ไขว้เขวได้ อย่างไรก็ตาม ด้วยการออกแบบอุบายด้านอื่นๆ ที่ซับซ้อนและมีประสิทธิภาพทำให้ข้อผิดพลาดเรื่องนี้ทุเลาลงได้

สำหรับกรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์นั้น จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ต่อต้านขาดการจัดอันดับคู่ต่อสู้อย่างเข้มข้นโดยกระจายความสนใจไปยังกลุ่มคนดังต่อไปนี้

Ref. code: 25615807300040CHL

ตารางที่ 6.2

อุบายการจัดอันดับคู่ต่อสู้ของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

	ความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์	**อำนาจเพื่อการแก้ปัญหา**	**กิจกรรมที่ทำ**
หน่วยงานราชการ (ตัวบุคคล)	รับผิดชอบโดยตรง	มาก	*ขอความช่วยเหลือ
หน่วยงานราชการ (สถาบัน)	รับผิดชอบโดยตรง	มาก	วิจารณ์การทำงาน ความโปร่งใส
ชนชั้นล่าง (พ่อค้าแม่ขาย)	รับผิดชอบโดยอ้อม	น้อย	ต่อว่าอย่างรุนแรง วิจารณ์ จิตสำนึก
ชนชั้นล่าง (พนักงานขับขี่รถสาธารณะ)	รับผิดชอบโดยอ้อม	น้อย	ต่อว่าอย่างรุนแรง วิจารณ์ จิตสำนึก
ชนชั้นล่าง (วนิพก)	รับผิดชอบโดยอ้อม	น้อย	ต่อว่าอย่างรุนแรง วิจารณ์ จิตสำนึก

จากตารางเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ต่อต้านบนเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นั้นกระจายความสนใจของตนเองไปยังคนสองกลุ่มคือหน่วยงานราชการและกลุ่มชนชั้นกลางระดับล่าง ทั้งนี้ในรายละเอียดเป้าหมายการต่อสู้ที่อยู่ในกลุ่มหน่วยงานราชการก็กระจัดกระจาย บางครั้งก็ระบุโทษถึงตัวบุคคล บางครั้งก็โทษระบุถึงสถาบัน ขณะที่เมื่อต่อสู้กับกลุ่มชนชั้นกลางระดับล่างก็พุ่งเป้าเล่นงานไปทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มพ่อค้าแม่ขาย กลุ่มพนักงานขับขี่พาหนะสาธารณะ และกลุ่มวนิพกซึ่งทำให้การ ที่น่าสังเกตคือแม้ว่ากลุ่มหน่วยงานราชการในฐานะตัวบุคคลนั้นจะเป็นกลุ่มที่ผู้ต่อต้านสามารถต่อสู้ได้ดีที่สุด แต่กิจกรรมที่กลุ่มทำคือการ ร้องขอความช่วยเหลือ ดังคนกลุ่มนี้เป็นผู้ช่วย (saviour) ทั้งๆ ที่อันที่จริงแล้วคนกลุ่มนี้ต่างหากที่เป็นผู้อยู่เบื้องหลังปัญหาหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นผู้ใช้ยุทธศาสตร์ครอบงำสังคม เป็นผู้ชักใยให้เกิดปัญหาตัวจริง (trouble maker) จึงเป็นการเรียกร้องที่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผิดฝาผิดตัวอย่างยิ่ง

Ref. code: 25615807300040CHL

เปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งสองกรณี

1. การเปิดศึกหลายด้านทั้งกับฝ่ายโครงสร้างและกลุ่มชนชั้นล่าง

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสองกรณีศึกษาสามารถระบุคู่ต่อสู้ได้อย่างถูกต้องคือ กลุ่มหน่วยงานราชการและกลุ่มชนชั้นล่าง กลุ่มป้าทุบรถ จะมุ่งเป้าการต่อต้านหลักไปยังตัวบุคคลที่เป็นตัวแทนแห่งหน่วยงานราชการต่างๆ และจงใจไม่กล่าวถึงคนอีกสามกลุ่ม คือ กลุ่มนายทุน กลุ่มชาวตลาด และกลุ่มผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ต ทำให้สามารถผลิตอุบายเฉพาะสำหรับกลุ่มหน่วยงานราชการได้

ด้านเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเพจล้มเหลวในการจัดอันดับคู่ต่อสู้และไม่พิจารณาถึงความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์และอำนาจในการแก้ไขปัญหาจึงเกิดปรากฏการณ์ “สู้ศึกรอบด้าน” คือการต่อสู้กับคนทุกกลุ่มที่เข้ามาปะทะไปหมดซึ่งนอกจากจะทำให้การสร้างสรรค์อุบายเป็นไปอย่างสับสนแล้ว ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ (image) ของเพจที่มีลักษณะมองโลกในแง่ร้ายและขี้บ่นเพราะมองเห็นทุกคนเป็นศัตรูไปเสียหมด นอกจากนั้นการดำเนินกิจกรรมการต่อต้านโดยไม่สนใจตัวแปรเหล่านี้ทำให้ตกไปอยู่ภายใต้การครอบงำทางกลยุทธ์ของฝ่ายโครงสร้างดังการ ขอความช่วยเหลือ ตัวแทนของหน่วยงานราชการอันย้อนแย้งดังที่กล่าวมา

2. ความขัดแย้งกันเองของเนื้อหาสารต่อต้าน

กิจกรรมที่กลุ่มป้าทุบรถ ทำต่อบุคคลในฐานะตัวแทนหน่วยงานราชการคือการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานบกพร่องและเรียกร้องให้แก้ปัญหาทันที อุบายการส่งสารนี้เป็นไปอย่างต่อเนื่องและซ้ำความผ่านทุกๆ ช่องทางสื่อที่ทำการต่อสู้ ทั้งการพูดแบบเห็นหน้า สื่อวัตถุ สื่อกิจกรรม สื่อการเขียน และสื่อมวลชนกระแสหลัก ทำให้สามารถควบคุมกลุ่มผู้ต่อต้านที่ต้องการเข้าร่วมให้เข้าใจสถานการณ์การต่อสู้ร่วมกันและสร้างสรรค์อุบายได้ตรงกับจุดประสงค์การต่อสู้ของกลุ่มป้าทุบรถ

ขณะที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นั้นมีการสร้างสรรค์เนื้อหาสารต่อกลุ่มคู่ต่อสู้หลากหลายอย่างยิ่ง แม้เป็นกลุ่มหน่วยงานราชการเหมือนกันแต่ก็อาจทั้งขอความช่วยเหลือหรือวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงได้ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วทั้งสองอยู่ในสังกัดกลุ่มหน่วยงานราชการเดียวกัน ความย้อนแย้งในการนำเสนอเนื้อหาสารและการสร้าง “ความแปลกแยก” เช่นนี้ทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านไม่ทราบว่าตนควรมีท่าทีอย่างไรต่อการต่อสู้

นอกจากนั้น เมื่อเป็นคู่ต่อสู้ที่อยู่ในชนชั้นต่างกันคือเป็นชนชั้นล่างกลุ่มผู้ต่อต้านชนชั้นกลางจะด่าว่ากลุ่มคนเหล่านี้อย่างรุนแรง บางครั้งด้วยถ้อยคำหยาบคายซึ่งทำให้ผู้ใช้สื่อดิจิทัลที่อาจเชื่อมโยงตัวเองกับคนกลุ่มนี้ได้รู้สึกอคติกับเพจและปฏิเสธที่จะเข้าร่วมการต่อต้านต่อไป

Ref. code: 25615807300040CHL

6.1.2.2 การใช้เรื่องเล่า (Story Telling)

การเล่าเรื่องถือเป็นเทคนิคหนึ่งที่เหล่าคนธรรมดาใช้เป็นอุบาย (tactic) เพื่อต่อต้านอำนาจของโครงสร้างที่เป็นทางการและเข้าใจยาก โดยนำประเด็นปัญหามาแปลงเป็นเรื่องเล่าที่ไม่เป็นทางการและเข้าใจง่าย ผู้วิจัยอาจแจกแจงอุบายการใช้เรื่องเล่าของกรณีศึกษาทั้งสองดังต่อไปนี้

(1) กรณี ป้าทุบรถ

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่า โครงเรื่อง (plot) เป็นไปอย่างไม่ซับซ้อนเล่าถึงเรื่องราวของคุณป้าผู้อ่อนแอสามคนต้องอดทนอดกลั้นต่อปัญหาสารพัดที่เกิดจากตลาดมาตลอด 10 ปี เมื่อความอดทนมาถึงขีดสุดจึงตัดสินใจลุกขึ้นต่อสู้กับปัญหาอย่างกล้าหาญผ่านกระบวนการของกฎหมายอย่างชอบธรรม ซึ่งการออกแบบเรื่องให้ประหนึ่งเป็น (dramatisation) นั้นถือเป็นการเพิ่มอำนาจให้กับอุบายเนื่องจากเป็นการเพิ่มเสน่ห์ให้การต่อสู้น่าติดตาม เชิญชวนให้ผู้รับสารเกิดการตีความเนื้อเรื่องและยังช่วยให้พวกเขาเชื่อมโยงเนื้อหากับชีวิตประจำวันได้จนรู้สึกเข้าถึงการต่อสู้อย่างมาก

ด้าน ความขัดแย้ง (conflict) เกิดขึ้นระหว่างคนกับสถาบันโดยกลุ่มป้าทุบรถ เน้นว่าไม่ใช่ความขัดแย้งส่วนตัวเชิงผลประโยชน์แต่เป็นการต่อสู้ระหว่าง “ประชาชนผู้รักความยุติธรรมกับหน่วยงานราชการผู้ฉ้อฉล” ซึ่งเข้ากับลักษณะของกลุ่มชนชั้นกลางที่รักความยุติธรรมและต้องการความเท่าเทียมในสังคม

ขณะที่ ตัวละคร (character) กลุ่มป้าทุบรถ สร้างตัวละครให้มีลักษณะมิติเดียวและเป็นคู่ตรงข้าม (binary opposition) กล่าวคือมีกลุ่มตัวเอกที่เป็นคนดี (เช่น กลุ่มป้าทุบรถ กลุ่มชาวบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่า กลุ่มสื่อมวลชน ฯลฯ) และกลุ่มตัวร้ายที่เป็นคนไม่ดี (เช่น สำนักงานตำรวจเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร ฯลฯ) เพื่อย่อยเรื่องราวให้เข้าใจง่าย (simplify)

(2) กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่า โครงเรื่อง (plot) เกี่ยวกับสร้างเรื่องราวของคนธรรมดาที่ทนเห็นความอยุติธรรมการนิ่งเฉย และการรังแกประชาชนของหน่วยงานภาครัฐไม่ไหวจึงลุกขึ้นมาเป็นสวมหน้ากากปิดบังตัวตน (anonymous hero) เพื่อต่อสู้ผ่านโลกออนไลน์โดยการส่งต่อข้อมูลและระดมผู้คนออนไลน์ออกไปช่วยเหลือสังคม สุดท้ายจึงได้รับความช่วยเหลือจาก “ผู้ใหญ่ใจดี” หรือหน่วยงานราชการในการแก้ปัญหา อย่างไรก็ตาม สถานะของกลุ่มผู้ต่อต้านไม่ใช่ฮีโร่ผู้แก้ปัญหาแต่เป็น “เพื่อนพระเอก” ที่คอยวิพากษ์วิจารณ์และสนับสนุนให้ฝ่ายโครงสร้างออกไปแก้ปัญหา ผ่านการต่อว่า การขอความช่วยเหลือ จึงเห็นได้ว่าการสร้างโครงเรื่องเช่นนี้ดูย้อนแย้งเพราะกลุ่มผู้ต่อต้านกำลังสนับสนุนให้ “คนร้ายจัดการตัวเอง” ซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าไม่สมเหตุสมผล

ด้าน ความขัดแย้ง (conflict) นั้นเกิดขึ้นในสองมิติกล่าวคือ หนึ่ง ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ด้วยกัน คือกลุ่มชนชั้นกลางซึ่งเป็นประชาชนผู้เดือดร้อนกับกลุ่มคนธรรมดาผู้เอาเปรียบซึ่งเป็นชนชั้นล่างไร้จิตสำนึกที่ใช้บาทวิถีเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว สอง เป็นความขัดแย้งระหว่างระหว่างมนุษย์กับสถาบัน ชนชั้นกลางในฐานะประชาชนผู้เดือดร้อนกับหน่วยงานราชการในฐานะผู้ดูแลสังคม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าท่าทีต่อความขัดแย้งที่สับสนนี้ทำให้ผู้เข้าร่วมการต่อสู้รู้สึกว่ามีการเลือกปฏิบัติและไม่สามารถเชื่อมโยงตัวเองกับการต่อสู้ครั้งนี้ได้

ขณะที่ ตัวละคร (character) ของเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ เป็นตัวละครที่มีลักษณะซับซ้อน มีลักษณะทั้งหลายมิติและมิติเดียวกันกล่าวคือ แม้จะเป็นฝ่ายโครงสร้างเหมือนกัน แต่เมื่อพูดถึงตัวบุคคลแล้วพวกเขาจะถูกยกย่องให้เป็นฮีโร่ที่พร้อมเข้ามาช่วยเหลือปัดเป่าความทุกข์ยากของประชาชนออกไป ขณะที่หากเป็นสถาบันจะถูกตั้งคำถามถึงความโปร่งใสและประสิทธิภาพในการทำงานด้วยถ้อยคำรุนแรง ภาพตัวละครที่ไม่ชัดเจนเช่นนี้ทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านสับสนและเริ่มตีความหมายสารผิดพลาดไป ส่งผลให้การต่อสู้ไม่ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน

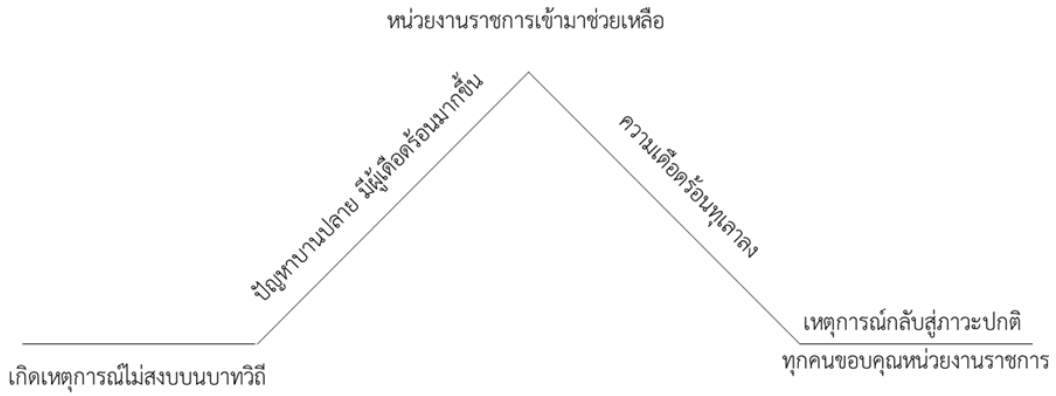
เปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งสองกรณี

1. หนังซีรี่ย์ (series movie) น่าติดตามกับภาพยนตร์ตอนเดียว (film movie) น่าเบื่อหน่าย

เมื่อผู้วิจัยนำโครงเรื่อง (plot) ของกรณีทั้งสองมาเปรียบเทียบกันอาจสรุปเป็นแผนภาพดังต่อไปนี้

ภาพที่ 6.2 โครงเรื่องของกรณีศึกษา ป้าทุบรถ

Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 6.3 โครงเรื่องของกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสร้างโครงเรื่องของกลุ่มป้าทุบรถ เป็นผลดีต่อการต่อสู้อย่างมากเนื่องจากเมื่อเรื่องราวกำลังคลี่คลาย (decline) และสาธารณชนทยอยเลิกสนใจต่อประเด็นปัญหานี้ กลุ่มป้าทุบรถ จะเริ่มสร้างเรื่องราวใหม่ที่มีพื้นฐานมาจากประเด็นเดิมเพื่อต่ออายุความสนใจของกลุ่มผู้ต่อต้านต่อไปเรื่อยๆ ขณะที่หากเป็นกรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ เรื่องราวจะสิ้นสุดลงไปโดยไม่มีการสานต่อ รอการนำเสนอประเด็นใหม่ต่อไป

การต่อยอดเรื่องราวต่อไปเรื่อยๆ นี้เป็นตัวแปรสำคัญหนึ่งที่ทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านอื่นๆ ยังคงเกาะติดสถานการณ์ต่อไปได้เนื่องจากผู้ต่อต้านส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางที่มีลักษณะ “เบื่อง่าย” หรือไม่ต้องการเกาะติดกับประเด็นเก่าซ้ำซาก การต่อยอดประเด็นเก่าจึงเป็นสร้างฐานผู้สนับสนุนที่แข็งแรงยิ่งขึ้นไปเรื่อยๆ เสมือนการสร้างภาพยนตร์ซีรี่ย์ (movie series) ซึ่งมีพัฒนาการเนื้อเรื่องอย่างต่อเนื่องและชวนติดตาม ขณะที่การสร้างเรื่องราวให้จบเป็นประเด็นๆ ไปโดยขาดความเชื่อมโยงระหว่างกันซ้ำแล้วซ้ำเล่า แถมยังมีโครงเรื่องเดิมที่ซ้ำซากจำเจนั้นอาจทำให้ผู้เข้าร่วมเบื่อหน่าย เสมือนการสร้างภาพยนตร์ตอนเดียว (film movie) โครงเรื่องเดิมๆ ที่ผู้ชมเบื่อหน่ายและตัดสินใจเลิกตีตั๋วเข้าไปชม

2. บทบาท พระเอก ผู้กล้าหาญ กับ ผู้ช่วยพระเอก ผู้หลบอยู่หลังหน้ากาก

กลุ่มป้าทุบรถ ประสบความสำเร็จในการสร้างภาพกลุ่มตัวละครของตัวเองให้กลายเป็น พระเอก ซึ่งฝ่ายธรรมะที่ออกโรงต่อสู้เพื่อคืนความยุติธรรมให้แก่สังคม ภาพความเป็นพระเอกนี้เข้าใจง่ายและเชิญชวนให้กลุ่มคนธรรมดาผู้รับสารอยากเข้าร่วมการต่อต้านเพื่อเป็นพระเอก ต่อไป แต่สำหรับเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ นั้น การสร้างภาพกลุ่มตัวเองให้เป็นผู้ช่วยพระเอก นั้นเป็นบทบาทที่ผู้คนไม่คุ้นเคยและยังไม่มีพลังพอที่จะเชิญชวนกลุ่มคนธรรดาผู้รับสาร

Ref. code: 25615807300040CHL

ให้เข้าร่วมการต่อสู้ มากกว่านั้น ผู้ช่วยพระเอก คนนี้ยังไร้นาม ไร้หน้าตา มีอัตลักษณ์ที่คลุมเครือ (anonymous) ยากแก่การเชื่อมโยงของคนทั่วไป

3. ปิดเรื่องด้วย ความยุติธรรม ของกฎหมาย หรือ ความเมตตา ของผู้หลักผู้ใหญ่

ตอนจบของเรื่องราวถือเป็นส่วนสำคัญที่บ่งบอกเนื้อหาหลัก (key message) ที่เรื่องราวเหล่านั้นต้องการสอนเป็นคติธรรม และเรียกร้องให้ผู้รับสารนำไปปรับใช้กับชีวิตประจำวัน กรณีของ ป้าทุบรถ นั้นจบเรื่องด้วยความสำเร็จในการทวงคืนความยุติธรรมจากหน่วยงานราชการ ด้วยการต่อสู้ของประชาชนเพื่อประชาชนด้วยกัน ซึ่งเป็นการเน้นย้ำว่าประชาชนคนธรรมดาเองก็มีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้าง

ส่วนกรณี เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ตอนจบของเรื่องคลี่คลายลงได้ด้วยความช่วยเหลือของตัวแทนฝ่ายโครงสร้าง เช่น พลตำรวจเอก อัศวิน ขวัญเมือง ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการมอบบทเรียนให้แก่คนธรรมดาผู้เข้าร่วมการต่อต้านว่าปัญหาที่เกิดขึ้นจะคลี่คลายได้ก็ด้วยความเมตตาจากผู้หลักผู้ใหญ่ที่เข้ามาช่วยแก้ปัญหาซึ่งไม่เป็นผลดีต่อการปลูกสร้างจิตสำนึกวิพากษ์วิจารณ์ฝ่ายโครงสร้าง

6.1.2.3 การเลือกใช้สื่อผสม (Mixed Media)

โดยดั้งเดิมแล้วการใช้สื่อผสม (mixed media) เป็นกลยุทธ์ของแวดวงโฆษณาเพื่อประชาสัมพันธ์ทางธุรกิจ โดยการสื่อสารสารโฆษณา (advertising massage) ผ่านช่องทางการสื่อสารอันหลากหลายเพื่อรับใช้จุดประสงค์ทางการตลาดชุดใดชุดหนึ่ง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้พบว่ากลุ่มคนธรรมดาหยิบยืมเอากลยุทธ์สื่อผสมมาเพื่อผลักดันประเด็นที่ตัวเองเรียกร้องผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารชนิดต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพดังกล่าวต่อไปนี้

กรณีป้าทุบรถ มีลักษณะการใช้สื่อหลากหลายชนิดมาเชื่อมร้อยกันในลักษณะวงจร กล่าวคือ หนึ่ง เริ่มจาก การผลิตอุบายจากกลุ่มป้าทุบรถ ออกไป สอง จากนั้นกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ก็นำอุบายเหล่านั้นมาขยายประเด็น ต่อเติมเรื่องราวให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น สาม ต่อจากนั้นสื่อมวลชนกระแสหลักจึงรับเอาประเด็นอันหลากหลายจากผู้ต่อต้านออนไลน์ไปนำเสนอต่อจนเกิดการวิพากษ์วิจารณ์เป็นกระแสสังคม และสุดท้าย กลุ่มป้าทุบรถ ก็รับสารจากสื่อสารมวลชนและสร้างสรรค์อุบายใหม่ไปเผยแพร่ต่อ

ขณะที่กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เพียงอย่างเดียว โดยเริ่มจาก หนึ่ง แอดมินสร้างและนำเสนอประเด็นต่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ สอง สื่อมวลชนกระแสหลักเห็นประเด็นและให้ความสนใจจึงนำเรื่องราวไปนำเสนอต่อ จากนั้นทางเพจอาจเลือกติดตามประเด็นต่อเนื่องเพียงบางประเด็น

6.1.2.4 การผลิตวาทกรรมต่อต้าน

บนพื้นที่ของชีวิตประจำวัน ฝ่ายผู้มีอำนาจมากใช้ยุทธศาสตร์ (strategy) เพื่อทำให้ผู้ถูกปกครองคิดว่าสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเองเป็นประจำนั้นเป็นเรื่อง “ปกติธรรมดา” ที่ต้องเผชิญหน้าและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เป็นความปกติที่น่าเบื่อหน่ายและต้องทำตัวให้ชิน แต่เมื่อคนธรรมดาเกิดจิตสำนึกและต้องการลุกขึ้นต่อต้าน การผลิตวาทกรรมต่อต้านเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้เป็นสารตั้งต้นที่ส่งผ่านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนต่างๆ เพื่อผลักดันการต่อสู้ของกลุ่มตน ผู้วิจัยสามารถแจกแจงดังต่อไปนี้

กรณีป้าทุบรถ กลุ่มผู้ต่อต้านผลิตวาทกรรมมา 2 ระดับเพื่อต่อต้านกลยุทธ์ของฝ่ายโครงสร้าง ระดับแรกวาทกรรมเพื่อต่อต้านกลยุทธ์หลักคือ วาทกรรมว่าด้วยปัญหาสาธารณะและวาทกรรมว่าด้วยผู้ปกครองที่ฉ้อฉล วาทกรรมนี้เป็นการเปิดเผยให้เห็นว่าหน่วยงานราชการเป็นผู้มีหน้าที่ตรงต้องรับผิดชอบความเดือดร้อนที่เกิดขึ้น และอธิบายว่ารากเหง้าของปัญหาคือการคอร์รั่ปชั่นและความด้อยประสิทธิภาพในการทำงานของหน่วยงานรัฐ

ขณะที่ ระดับสอง วาทกรรมต่อต้านต่อต้านกลยุทธ์รองคือ วาทกรรมประชาชนผู้มีสิทธิอันชอบธรรมเพื่อชี้ว่าเป็นสิทธิของประชาชนในการเรียกร้องการแก้ปัญหา และวาทกรรมผู้ถูกรังแกที่อดทนซึ่งรับรองและสร้างความชอบธรรมในการต่อสู้ให้แก่ปัจเจกผู้กระทำการ

กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ กลุ่มผู้ต่อต้านผลิตวาทกรรมมา 2 ระดับเพื่อต่อต้านกลยุทธ์ของฝ่ายโครงสร้างแต่ลงท้ายกลับกลายเป็นการสนับสนุนกลยุทธ์ของฝ่ายโครงสร้างแทน ระดับแรกวาทกรรมที่สนับสนุนกลยุทธ์หลักของฝ่ายโครงสร้างคือ วาทกรรมว่าด้วยปัญหาสาธารณะที่ซ้ำซากซึ่งชี้ให้เห็นว่าปัญหาบนบาทวิถีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างซ้ำซาก เป็นกิจวัตรประจำวัน แม้น่ารำคาญแต่ก็ต้องจำทน และวาทกรรมพ่อปกครองลูก ซึ่งอธิบายว่าหน่วยงานราชการมีความประสงค์ดีแก่ประชาชนเป็นที่ตั้งเหมือนที่พ่อใส่ใจลูก ระดับสองวาทกรรมระดับสองซึ่งสนับสนุนกลยุทธ์รองของฝ่ายโครงสร้างคือ วาทกรรมผู้ปกครองที่เผอเรอ ซึ่งอธิบายว่าหน่วยงานราชการพยายามอย่างสุดความสามารถแล้วเพื่อแก้ไขปัญหา ความเดือดร้อนที่เกิดขึ้นนั้นถือเป็นเหตุสุดวิสัย และวาทกรรมทำอะไรคือไทย (ชั้นล่าง) แท้ มีหน้าที่ในการตอกย้ำมายาคติที่ถูกสร้างขึ้นโดยยุทธศาสตร์ของผู้มีอำนาจว่าประชาชนเป็นรากเหง้าของปัญหาเนื่องจากเป็นพวกเห็นแก่ตัวและไม่มีจิตสำนึกสาธารณะ

6.1.3 การเคลื่อนไหวของคนธรรมดาผ่านพื้นที่ออนไลน์

การเคลื่อนไหวผ่านสื่อดิจิทัล (digital activism) ถือเป็นการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โซเชียลมีเดีย อีเมล์ หรือ เว็บบอร์ด เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวในหลากหลายรูปแบบซึ่งรวดเร็วและทรงประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนประเด็นของคนธรรมดา ทั้งนี้จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ากลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์นั้นจะหยิบยกเอาอุบาย (tactic) ที่กลุ่มผู้ต่อต้านอื่นๆ

สร้างสรรค์มาเพื่อนำมาสร้างความหมายใหม่ (detournement) เพื่อนำเป็นวัตถุดิบในการรณรงค์และสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดแก่สังคม

เมื่อเปรียบเทียบกรณีศึกษาทั้งสองกรณี ผู้วิจัยพบว่าจุดร่วมหนึ่งที่สำคัญของกลุ่มผู้เข้าร่วมการต่อสู้บนโลกดิจิทัลคือส่วนใหญ่เป็นชนชั้นกลางเนื่องจาก หนึ่ง พร้อมทั้งความรู้และทุนทรัพย์ซึ่งเป็นตัวแปรที่ปลดปล่อยให้พวกเขาไม่ต้องใช้สมองไปเพียงเพื่อการดิ้นรนเอาชีวิตรอดในชีวิตประจำวันและสามารถใช้เวลาใส่ใจปัญหาสาธารณะได้ สอง สอง ต้องการสร้างอัตลักษณ์ของตนเองผ่านการสื่อสารบนโลกดิจิทัล ด้วยเหตุว่าชนชั้นกลางเป็นชนชั้นที่เพิ่มกำเนิดขึ้นพร้อมสังคมยุคหลังปฏิวัติอุตสาหกรรมทำให้กลุ่มชนชั้นกลางไม่มีอัตลักษณ์ที่แข็งแรงเป็นของตนเอง การเข้าร่วมกิจกรรมออนไลน์เหล่านี้จึงเป็นกระบวนการสร้างความหมายอัตลักษณ์อย่างหนึ่ง

ผู้วิจัยสามารถแจกแจงกระบวนการต่อต้านของผู้ใช้บนโลกดิจิทัลดังต่อไปนี้

6.1.3.1 กลุ่มผู้ส่งสาร

(1) กรณี ป้าทุบรถ

ปัจเจกผู้กระทำการบนโลกดิจิทัลมีสถานะเป็นนักก่อกวน (interventionist) หรือผู้ที่พยายามรบกวนสภาพ การรับรู้ทั่วไป (common-sense) หรือเรื่องที่คนในสังคมไม่ตั้งคำถามให้กลายเป็นประเด็นน่าฉุกคิด เปลี่ยนพื้นที่ประจำวันอันปกติให้กลายเป็นความสับสนอลหม่าน

เหตุผลที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์อนุญาตให้ผู้ใช้กล้ารบกวนและต่อต้านยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างอย่างชัดเจนนั้นเป็นเพราะสามารถสลายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว (perishable) และเป็นการรวมตัวเฉพาะกิจเพื่อตอบโต้ต่อกับสถานการณ์เฉพาะบางอย่าง นอกจากนั้นยังมีตัวตน (identity) ที่กึ่งจริงกึ่งไม่จริงทำให้ผู้มีอำนาจจับไม่ได้ไล่ไม่ทัน

(2) กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

กลุ่มผู้เข้าร่วมการต่อต้านมีสถานะเป็นนักระบายอารมณ์ (exploder) เนื่องจากเพจไม่ได้สร้างสรรค์อุบายอย่างรัดกุมมากพอทำให้กลุ่มผู้เข้าร่วมการต่อต้านไม่สามารถตีความสถานการณ์ได้ถูก จึงเข้ามาเพียงระบายอารมณ์คับข้องใจผ่านเพจ

การระบายอารมณ์เช่นนี้อาจไม่มีประสิทธิภาพต่อการปลูกสร้างจิตสำนึกแห่งการต่อต้านมากนักเนื่องจากการเปลี่ยนพื้นที่ออนไลน์ซึ่งควรเป็นพื้นที่ที่เหล่าคนธรรมดารวมตัวกันเพื่อใช้เหตุผลถกเถียงจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ให้กลายเป็นพื้นที่แห่งการระบายอารมณ์เท่านั้นอาจเป็นการปลดปล่อยความเครียดของกลุ่มคนธรรมดาที่ต้องเผชิญกับความอยุติธรรมทางสังคม เมื่อผ่อนคลายขึ้นแล้วก็สามารถกลับไปใช้ชีวิตประจำวันตามปกติโดยจำทนต่อการกดทับของฝ่ายโครงสร้างต่อไป

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ใช้ออนไลน์ในกรณีทั้งสองมีคุณสมบัติหลายประการเหมือนกันคือ หนึ่ง เป็นชนชั้นกลาง เนื่องจากชนชั้นกลางเป็นกลุ่มคนที่

สามารถเข้าถึงโลกดิจิทัลค่อนข้างดีจึงกลายเป็นฐานกำลังหลักที่เข้าร่วมในการต่อสู้ สอง มีความรู้ ซึ่งอาจหมายถึงความรู้ความชำนาญทางอาชีพ เช่น แพทย์ วิศวะ หรือทนายความ และความรู้พื้นฐานตามระบบการศึกษาซึ่งความรู้ทั้งสองแบบนั้นจะถูกนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากมุมมองที่ต่างกัน สาม มีฐานะ กลุ่มชนชั้นกลางมีความมั่นคงทางอาชีพและรายได้จึงสามารถเข้าร่วมการต่อสู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สี่ มีความคิดเชิงตรรกะ กลุ่มชนชั้นกลางผู้เข้าร่วมมีโอกาสในการศึกษาดีจึงพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นตรรกะเพื่อนำเหตุผลเหล่านั้นมาถกเถียงจนเกิดความคิดร่วมกัน

จุดที่แตกต่างกันคือกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ในกรณี ป้าทุบรถ มีสถานะเป็น นักก่อกวน (interventionist) แต่กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีสถานะเป็น นักระบายอารมณ์ (exploder) นอกจากนั้นกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ในกรณี ป้าทุบรถ นั้นมักเป็นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ที่มีชื่อเสียงจึงมีสถานะ เปิดเผยตัวตนและมีชื่อเสียง แต่กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นกลับเป็นกลุ่มผู้ใช้ออนไลน์ที่ ไม่เปิดเผยตัวตนและไม่มีชื่อเสียง ซึ่งตัวแปรนี้ส่งผลอย่างมากต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนประเด็นปัญหาต่อไป

6.1.3.2 การวางแผน

กลุ่มคนธรรมดาผู้ต่อต้านเหล่านี้สามารถปลดปล่อยตัวเองออกไปจากข้อจำกัดด้านพื้นที่ (Space) และเวลา (Time) พวกเขาสามารถเข้าร่วมการต่อต้านได้ไม่ว่าตัวตนที่แท้จริงจะอยู่ที่ใดบนโลก ขอเพียงสามารถเข้าถึงข้อมูลอย่างครบถ้วน (Meyrowitz, 1985)

(1) กรณีป้าทุบรถ

กลุ่มป้าทุบรถ กำหนดจุดประสงค์การเคลื่อนไหวผ่านสื่อสารมวลชนกระแสหลักและสื่อออฟไลน์อย่างชัดเจนคือ เรียกร้องให้ตลาดย้ายออกไป เมื่อการต่อสู้ยกระดับขึ้นมาสู่ออนไลน์ ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ส่วนใหญ่จึงกำหนดเป้าหมายการต่อสู้หลักไปที่การเรียกร้องให้ตลาดย้ายออกไปเช่นกัน

กิจกรรมที่ทำคือ หนึ่ง การสร้างเครือข่าย (Movement as Social Network) การสร้างเครือข่ายไว้ก่อนเพื่อสร้างความรู้สึกสนิทสนมและใกล้ชิดให้แก่สมาชิก สอง การเคลื่อนไหวไร้รูปแบบ (‘Unconventional’ Action Repertoires) ด้วยการนำสารจากกลุ่มป้าทุบรถมาดัดแปลงอย่างสร้างสรรค์เพื่อใช้วิพากษ์วิจารณ์ หรือล้อเลียน หน่วยงานราชการ และ สาม การหลบซ่อนอยู่บนพื้นที่เฉพาะ (heterotopic) คือพื้นที่ออนไลน์เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้มีอำนาจเข้ามาเอาผิดได้

(2) กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์

แอดมินเพจเริ่มจากการกำหนดจุดประสงค์การเคลื่อนไหวผ่านสื่อออนไลน์ว่าเพจเป็นพื้นที่สำหรับ การบ่นและระบาย รวมถึง รวบรวมคนที่มีความคิดเห็นทำนองเดียวกัน

กิจกรรมที่ทำคือ หนึ่ง การเคลื่อนไหวผ่านเครือข่ายสังคมที่มีอยู่ (Movements as Social Networks) แต่ด้วยลักษณะการปกปิดตัวตนของแอดมินเพจ และละเลยการสร้างพันธมิตรออนไลน์ ระหว่างเพจอื่นๆ อาจเป็นปัจจัยทำให้ไม่เกิดการผลักดันประเด็นเท่าที่ควร สอง การเคลื่อนไหวไร้รูปแบบ (‘Unconventional’ Action Repertoires) ผ่านการสร้างสรรค์สารด้วยตัวเองและดัดแปลงสารจากสื่อกระแสหลัก แต่เนื้อหาของเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นไม่ค่อยกระตุ้นให้กลุ่มผู้ติดตามสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ที่สร้างสรรค์และแปลกใหม่มากนัก เนื่องจากแอดมินไม่นำเสนอประเด็นด้วยเหตุผลแต่เน้นการระบายอารมณ์เป็นหลัก รวมถึงไม่เปิดรับความคิดเห็นจากสมาชิกมากเท่าไหร่นัก และสาม การต่อสู้บนพื้นที่เฉพาะ (Heterotopic) แอดมินจำกัดการต่อสู้อยู่เพียงในเพจของตนเอง แม้จะสามารถหลบเลี่ยงการลงโทษจากฝ่ายราชการได้ แต่กลับไม่สามารถผลักดันประเด็นไปสู่การเปลี่ยนแปลงได้

6.1.3.3 การสื่อสาร

บนพื้นที่สาธารณะนั้นการสื่อสารเพื่อการต่อต้านอำนาจรัฐบาลนั้นเกิดขึ้นอย่างสร้างสรรค์และหลากหลาย ทั้งในแง่สารและสื่อ ผู้วิจัยจึงแบ่งการวิเคราะห์ในส่วนนี้ออกเป็น 2 ประเด็นคือการสร้างสรรค์สาร และกลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร

(1) กรณี ป้าทุบรถ

1. การสร้างสรรค์สาร

สารที่ถูกผลิตโดยผู้ต่อต้านออนไลน์นั้นส่วนใหญ่เกิดจากการดัดแปลงข้อมูลของสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ รวมถึงสารที่ถูกนำเสนอผ่านพื้นที่ออนไลน์ด้วยกัน

วิธีการสร้างสรรค์และดัดแปลงสารอาจแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบ หนึ่ง การล้อเลียนและเสียงหัวเราะ สอง การสะท้อนย้อนคิดถึงชีวิตประจำวันของตัวเอง สาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก

2. กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร

การสื่อสารออนไลน์มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากการสื่อสารบนช่องทางอื่น ดังนั้นผู้ต่อต้านจึงต้องขับเคลื่อนประเด็นอย่างมีกลยุทธ์แตกต่าง

เมื่อเครือข่ายโซเชียลมีเดียถูกออกแบบมาเพื่อดึงดูด “คนที่ไม่รู้จักกัน” บนโลกออฟไลน์ให้มาปะทะสังสรรค์กัน การสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นขั้นตอนแรกของการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน ผู้ใช้ออนไลน์สามารถสร้างความเชื่อใจผ่านเทคนิค 3 ข้อคือ หนึ่ง การย้ำสารให้เห็นบ่อยๆ สอง การแสดงความเชี่ยวชาญ สาม การสร้างความมีส่วนร่วม

หลังจากสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจให้เกิดขึ้นแล้ว ผู้ใช้ออนไลน์จะเริ่มสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้แก่สมาชิกเพื่อเปลี่ยน เรื่องของคนอื่น ให้กลายเป็น เรื่องของเรา และ

ดึงดูดให้สมาชิกเข้าร่วมวิพากษ์วิจารณ์ต่อประเด็นปัญหา ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ใช้เทคนิค 3 ข้อเพื่อการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้แก่สมาชิก หนึ่ง การสร้างประสบการณ์ร่วม สอง การเปลี่ยนประเด็นสาธารณะ ให้กลายเป็น ประเด็นส่วนตัว และ สาม การสร้างสื่อล้อเลียน

สุดท้าย เมื่อผู้ใช้สามารถสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจให้เกิดระหว่างสมาชิกและทำให้กลุ่มรู้สึกว่าเป็นเจ้าของปัญหาร่วมกันแล้ว ขั้นต่อมาพวกเขาจะใช้อุบายผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์เพื่อสร้างอัตลักษณ์กลุ่มซึ่งนำไปสู่ความสามัคคี (solitary) และนำไปสู่ความสำเร็จในการเคลื่อนไหวต่อไป อุบายที่ใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มอันนำไปสู่ความสำเร็จคือการสร้างแคมเปญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ หนึ่ง การติดแฮชแท็ก (hashtag) สอง การทำแบบสำรวจและสาม จัดกิจกรรมออฟไลน์

(2) กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

1. การสร้างสรรค์สาร

สารที่ถูกผลิตโดยผู้ต่อต้านออนไลน์นั้นมีทั้งแอดมินผลิตขึ้นเอง นำมาจากสมาชิกภายในเพจ รวมถึงส่งต่อจากข่าวสารของสื่อมวลชนกระแสหลัก

สารส่วนใหญ่มีลักษณะเป็น การแลกเปลี่ยนเรื่องราวในชีวิตประจำวันของเหล่าคนธรรมดาให้เครือข่ายสังคมของตนและคนแปลกหน้าบนโลกโซเชียลมีเดียรับรู้นั้นเป็นการสะท้อนภาวะ (Reflexivities) ของเหล่าคนธรรมดาที่เจอกับปัญหาสังคมแล้วกลับมาสะท้อนคิดถึงชีวิตประจำวันของตนเองที่ประสบปัญหาดังกล่าวเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การพูดคุยเหล่านี้กลับไม่สามารถปลุกจิตสำนึกให้ผู้คนต้องการผลักดันประเด็นต่อไปเนื่องจาก หนึ่ง มีการนำเสนอเหตุการณ์มากมายและไม่ติดตามต่อจนเกิดการแก้ปัญหา สอง แอดมินไม่ได้นำเสนอข้อมูลมากพอแต่มักนำเสนอด้วยอารมณ์ หากแต่เป็นการบ่นใน “ชีวิตประจำวัน”

นอกจากนี้ยังมีการสร้างสรรค์สารผ่านเทคนิค การต่อว่าและผรุสวาทด้วยการนำเสนอประเด็นปัญหาด้วยอารมณ์อันรุนแรงซึ่งเป็นการเรียกร้องความสนใจของสังคมได้อย่างดี แต่ประเด็นที่ถูกนำเสนอกลับถูกลืมเลือนไปจากความสนใจของสังคมเนื่องจากการนำเสนอเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าโดยไม่มีการผลักดันไปสู่การแก้ปัญหา ผู้ร่วมการต่อสู้และสังคมจะเริ่มรู้สึกว่าปัญหาที่ตนเห็นนั้นเป็น “เรื่องสามัญธรรมดา” ที่แม้น่ารำคาญแต่ก็เกิดขึ้นเป็นปกติ

2. กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร

แอดมิน “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” มีวิธีการผลักดันประเด็นที่แตกต่างจากสื่อกระแสหลักและคล้ายกับกรณี ป้าทุบรถ โดยเริ่มจากการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจผ่านเทคนิคต่อไปนี้ หนึ่ง ย้ำสารให้เห็นบ่อยๆ สอง การสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของกับเรื่องราว อย่างไรก็ตาม แอดมินเพจขาดการสร้างการมีส่วนร่วมและเปิดรับความคิดเห็นจากสมาชิกกลุ่มจึงทำให้สมาชิกเพียงเข้ามาระบายความรู้สึก แต่ไม่พร้อมจะยกระดับการต่อสู้ต่อไป

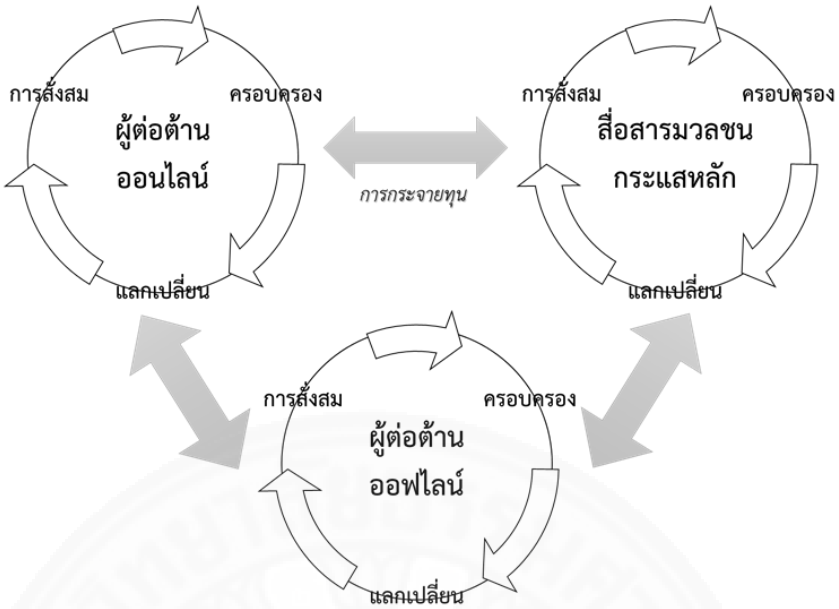
ต่อจากนั้น แอดมินเพจเริ่มสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของเพื่อขยายพลังการต่อสู้ โดยแอดมินเปลี่ยน เรื่องของคนอื่น ให้กลายเป็น เรื่องส่วนตัว เพื่อระดมผู้คนให้เข้ามาร่วมการถกเถียงและวิพากษ์วิจารณ์ เทคนิคเหล่านั้นได้แก่ หนึ่ง การสร้างประสบการณ์ร่วม และ สอง การเปลี่ยนประเด็นส่วนตัวให้กลายเป็นประเด็นสาธารณะ ซึ่งแอดมินสามารถสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้แก่สมาชิกเพจได้อย่างดีและก่อให้เกิดกระแสการวิพากษ์วิจารณ์ทั่วไป

แต่สุดท้าย แอดมินเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” กลับไม่สร้างอัตลักษณ์กลุ่มซึ่งนำไปสู่ความสามัคคีผ่านการสร้างแคมเปญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสุดท้ายส่งผลให้การต่อสู้ไม่อาจผลักดันไปสู่ความสำเร็จได้

ข้อสังเกตหนึ่งที่ผู้วิจัยอยากชี้ให้เห็นคือกรณี ป้าทุบรถ นั้นสารที่กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์สร้างสรรค์มีลักษณะตัวบทที่เปิด (open text) ซึ่งเป็นสารที่เปิดให้ผู้รับสารร่วมตีความหมายได้หลากหลายซึ่งเข้ากับการดัดแปลงสารเพื่อการต่อสู้ของกลุ่มคนบนโลกออนไลน์ ในทางตรงกันข้าม กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ กลุ่มผู้ต่อต้านกลับสร้างสรรค์ตัวบทที่ปิด (closed text) ซึ่งเน้นให้ผู้รับสารเข้าใจสารตามที่แอดมินตีความให้และปฏิเสธการตีความหมายอื่นๆ ที่ผู้รับสารเสนอมา การบังคับความหมายอย่างเข้มงวดโดยแอดมินเช่นนี้ทำให้ผู้ใช้ออนไลน์ไม่จุดประกายการต่อต้านที่สร้างสรรค์แบบอื่นขึ้นมา

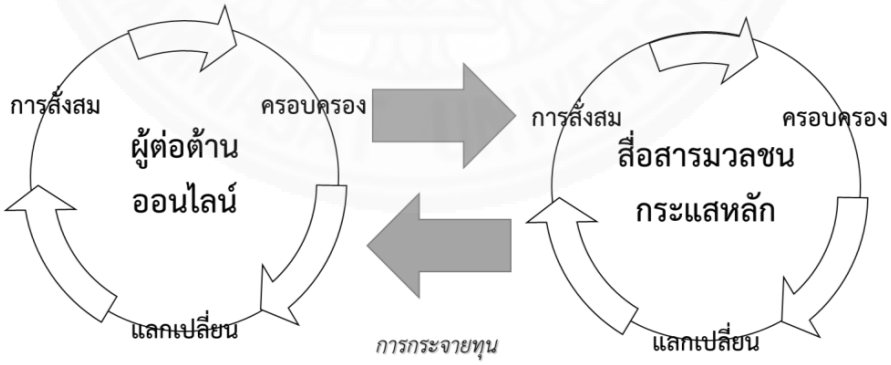
6.1.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ

เมื่อต้องการลุกขึ้นต่อสู้ ทุนถือเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดและก่อร่างสร้างอำนาจให้แก่เหล่าคนธรรมดาจนสามารถต่อสู้ ต่อรองกับฝ่ายโครงสร้างผู้มีอำนาจเหนือกว่าได้ ทั้งนี้กรณีศึกษา ป้าทุบรถ มีกลุ่มเครือข่ายผลประโยชน์ผู้เข้าร่วมการต่อสู้อย่างน้อย 3 กลุ่มอันได้แก่ หนึ่ง กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์ (เช่น กลุ่มป้าทุบรถ เพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่า ฯลฯ) สอง กลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์ (เช่น ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ ผู้ใช้ทั่วไป ฯลฯ) สาม กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (เช่น สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อวิทยุ ฯลฯ) ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6.4 รูปแบบการสั่งสม ครองครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนของกลุ่มป้าทุบรถ

ขณะที่เพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ มีกลุ่มผลประโยชน์ผู้เข้าร่วมการต่อสู้ 2 กลุ่มคือ กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ (เช่น แอดมินเพจ ผู้ใช้ทั่วไป ฯลฯ) และกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก (เช่น องค์กรสื่อสารมวลชน) ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6.5 รูปแบบการสั่งสม ครองครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

Ref. code: 25615807300040CHL

ผู้วิจัยแจกแจงการครองครองและสั่งสมทุนทั้ง 4 ประเภทอันได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม ทุนสัญลักษณ์ และทุนเศรษฐกิจ รวมถึงอุบายในการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนเหล่านั้นระหว่างกันดังต่อไปนี้

6.1.4.1 การสั่งสมและครอบครองทุน

กรณีป้าทุบรถ สำหรับกลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออฟไลน์ (เช่น กลุ่มป้าทุบรถ) นั้นมีทุนสัญลักษณ์หรือชื่อเสียงทางสังคมเชิง “ติดลบ” ด้วยมายาคติเรื่อง “มนุษย์ป้า” หากแต่การสั่งสมทุนอันเข้มข้นกว่า “10 ปี” นั้นทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์สามารถพลิกสถานการณ์ที่เสียเปรียบกลายเป็นได้เปรียบ ทุนที่สะสมได้แก่ หนึ่ง สั่งสมทุนประสบการณ์ซึ่งได้จากการทดลองใช้สื่อแต่ละประเภทในการต่อต้านกับอำนาจของโครงสร้าง ตั้งแต่ สื่อการพูด สื่อวัตถุ สื่อกิจกรรม สื่อการเขียน สื่อสารมวลชน จนถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สอง สั่งสมทุนความรู้ทางกฎหมายอย่างเข้มข้นผ่านการต่อสู้ที่เคยทดลองมาและการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมด้วยตนเอง สาม สั่งสมทุนเครือข่ายผ่านการเริ่มสร้างสายสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่าเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความเดือดร้อนและช่วยเหลือเมื่อเกิดการต่อสู้ขึ้นจริง สี่ ทุนทางเศรษฐกิจอันได้แก่ความร่ำรวยซึ่งเอื้อให้กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์มีเวลาและความสามารถต่อต้านได้

ด้านกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ (เช่น ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์) ทุนที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์คือ หนึ่ง ทุนเครือข่ายสังคมเนื่องจากสื่อดิจิทัลถูกออกแบบมาให้ผู้คนที่ไม่รู้จักกันเป็นการส่วนตัวสามารถผูกสัมพันธ์เพื่อสื่อสารระหว่าง เกิดเป็นเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ตั้งอยู่บนประสบการณ์ร่วม (shared experience) สอง การสั่งสมทุนวัฒนธรรมผ่านการศึกษาและการเรียนรู้ด้วยตนเองทำให้มีความรู้ความสามารถในการใช้และสร้างสรรค์สารผ่านสื่อสารดิจิทัลอย่างช่ำชอง มีความคิดเชิงตรรกะ และความรู้เรื่องกฎหมายเบื้องต้น จึงสามารถใช้ต้นทุนเหล่านี้ขยายพลังการต่อสู้ของตนเองต่อไป

ด้านกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ซึ่งมี ต้นทุน ที่เหนือกว่ากลุ่มอื่นคือ หนึ่ง ทุนด้านสัญลักษณ์ หรือชื่อเสียงและความมีหน้ามีตาในสังคมเนื่องจากเป็นสถาบันการสื่อสารที่ก่อตั้งมานาน เป็นที่รู้จักของผู้คนทั่วไป ซึ่งช่วยรับรองการต่อสู้ของกลุ่มผู้ต่อต้านและกำหนดวาระ (agenda setting) ให้สังคมมุ่งเป้าความสนใจไปยังการต่อสู้นี้ สอง ทุนความรู้ ซึ่งช่วยให้สื่อสารมวลชนกระแสหลักมีทักษะด้านการทำข่าวอย่างเป็นระบบ ช่วยขุดคุ้ยเรื่องราวให้กระจ่างชัด ปราศจากข้อสงสัย และถูกนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับการคิดต่อของสังคมออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น

กรณีศึกษา เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ (เช่น แอดมินเพจ) ทุนที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์คือ หนึ่ง ทุนเครือข่ายสังคม เช่นกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากแอดมินเพจไม่ได้ต้องการผลักดันประเด็นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจึงมิได้ใส่ใจสั่งสมทุนเครือข่ายสังคมเพิ่มเติม สอง ทุนความรู้ ซึ่งช่วยให้ผู้ต่อต้านมีความรู้ความสามารถในการใช้

และสร้างสรรค์สารผ่านสื่อสารดิจิทัลอย่างช่ำชอง อย่างไรก็ตาม การไม่ส่งเสริมให้พื้นที่ออนไลน์ของตนเองกลายเป็น พื้นที่สาธารณะ แห่งการถกเถียงด้วยเหตุผลอย่างแท้จริง ทำให้กลุ่มผู้ต่อต้านขาดโอกาสในการสั่งสมทุนความรู้เพื่อพัฒนาความคิดเชิงตรรกะ และพัฒนาความรู้เฉพาะทางต่างๆ

ด้านกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ก็มี ต้นทุน ที่เหนือกว่ากลุ่มอื่นคือ หนึ่ง ทุนด้านสัญลักษณ์ หรือชื่อเสียงและความมีหน้ามีตาในสังคมซึ่งช่วยรับรองการต่อสู้ของกลุ่มผู้ต่อต้านและกำหนดวาระ (agenda setting) และยังมี สอง ทุนความรู้ ซึ่งช่วยให้สื่อสารมวลชนกระแสหลักมีทักษะด้านการทำข่าวอย่างเป็นระบบ

6.1.4.2 การแลกเปลี่ยนและการกระจายทุน

นอกจากการสั่งสมทุนแล้ว กลุ่มผู้ต่อต้านยังต้องแลกเปลี่ยนทุนที่อยู่ภายในกลุ่มก้อนของตนเอง และกระจายทุนให้ทั่วถึงฝ่ายของตนเองเพื่อเสริมอำนาจให้แก่กันและกัน ผู้วิจัยพบลักษณะการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนเป็นช่วงดังต่อไปนี้

(1) การแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มก้อนของตนเอง

กรณีป้าทุบรถ การแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มก้อนของตนเองนั้นเริ่มจากกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ นำเอาทุนเศรษฐกิจของตนไปแลกเปลี่ยนเป็น ทุนวัฒนธรรมหรือความรู้ทางด้านกฎหมาย จากนั้นก็นำความรู้เหล่านี้ส่งต่อให้แก่เหล่าเพื่อนบ้านในหมู่บ้านเสรีวิลล่า เกิดเป็นการสร้างสายสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นซึ่งเป็น ทุนสังคม ต่อไป

ด้านกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ นำเอา ทุนสังคม ซึ่งเกิดจากระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ดึงดูดผู้คนซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านหนึ่งด้านใดเฉพาะเพื่อแลกเปลี่ยนเป็น ทุนวัฒนธรรมหรือความรู้ให้แก่เพจ เมื่อสะสมเครือข่ายผู้ติดตามได้ระดับหนึ่งแล้วก็ส่งเสริมให้ทุนมีชื่อเสียงกลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ หรือกลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ต่อไป

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ซึ่งมีทุนตั้งต้นเป็น ทุนวัฒนธรรม เข้าใจศาสตร์ของการรายงานข่าว และทุนเศรษฐกิจ มีเงินทุนมากเพียงพอจัดตั้งองค์กรสื่อ ทุนทั้งสองนี้ถูกแลกเปลี่ยนกลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ ช่วยให้องค์กรของตนเองเป็นสถาบันทางการ (formal institution) ได้รับความเชื่อถือจากสาธารณะ จากนั้นก็แลกเปลี่ยน ทุนวัฒนธรรมและทุนสัญลักษณ์ให้กลายเป็นความสามารถในการทำกำไรหรือทุนเศรษฐกิจ

กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์เริ่มนำ ทุนวัฒนธรรม หรือความรู้ส่วนบุคคลในการสร้างสรรค์และคิดคอนเซปต์เพจบนโลกโซเชียลมีเดีย มาสร้างเพจและแลกเปลี่ยน ทุนสังคม สร้างเครือข่ายผู้ติดตาม และเมื่อมีผู้ติดตามมากก็เปลี่ยนเครือข่ายเหล่านี้ให้กลายเป็น ทุนสัญลักษณ์ ดึงดูดผู้ติดตามรายอื่นๆ ให้เข้ามาเป็นสมาชิกต่อไป

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนทุนภายในกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ “ไม่ครบวงจร” เนื่องจาก แอดมินนำ ทุนวัฒนธรรม ของตนสร้าง เครือข่าย

สังคม ขึ้นมาแล้ว แต่กลับละเลยการถกเถียงผ่านเครือข่ายสังคมที่ตนเองครอบครองซึ่งผลิตความรู้ใหม่ๆ ขึ้นมากมาย สุดท้ายจึงไม่สามารถสร้างประเด็นใหม่ๆ ให้เกิดแก่เครือข่ายของตนเองและดึงดูดผู้ต่อต้านเข้ามาร่วมได้มากขึ้น

กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลัก ทุนตั้งต้นของกลุ่มนี้คือ ทุนวัฒนธรรมและทุนเศรษฐกิจเพราะกลุ่มสื่อสารมวลชนนั้นมีความรู้ความเข้าใจในศาสตร์ของการรายงาน ขณะเดียวกันก็ยังมีเงินทุนมากเพียงพอจัดตั้งองค์กรสื่อขึ้นอย่างเป็นทางการ ทุนทั้งสองนี้ถูกแลกเปลี่ยนกลายเป็นทุนสัญลักษณ์ จากนั้นก็แลกเปลี่ยน ทุนวัฒนธรรมและทุนสัญลักษณ์ให้กลายเป็นความสามารถในการทำกำไรหรือทุนเศรษฐกิจ

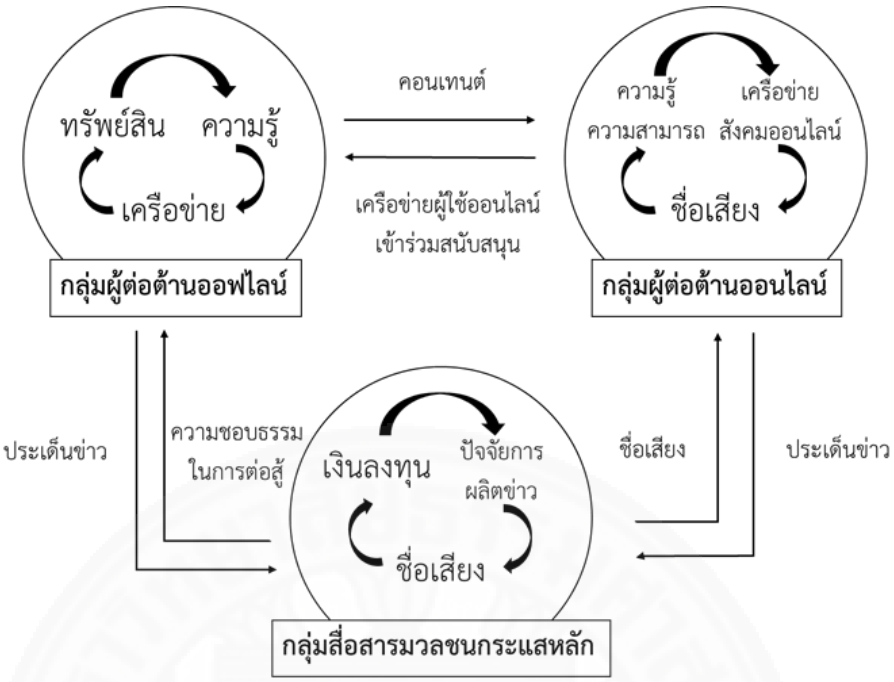
(2) การกระจายทุนระหว่างกลุ่มผู้ต่อต้าน

เมื่อเหตุการณ์ถึงจุดสุกงอม กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์ซึ่งพร้อมเปลี่ยนชีวิตประจำวัน (everyday life) ให้กลายเป็นสถานการณ์อัน “ไม่ปกติ” เพื่อต่อสู้กับอำนาจของโครงสร้างดังแจกแจงได้ต่อไปนี้

กรณีป้าทุบรถ กลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์เริ่มใช้ ทุนวัฒนธรรมหรือความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาเพื่อแลกเปลี่ยนกับ ทุนสังคมหรือเครือข่ายความสัมพันธ์ซึ่งเป็นทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านบนโลกออนไลน์ หลังจากเหตุการณ์กลายเป็นกระแสสังคม กลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักก็นำ ทุนสัญลักษณ์หรือชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชนมาแลกเปลี่ยนกับ ทุนวัฒนธรรมหรือเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับกรณีข่าว ป้าทุบรถ ของทั้งกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์และออฟไลน์ ที่น่าสนใจคือกระบวนการแลกเปลี่ยนทุนระหว่างกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักกับกลุ่มผู้ต่อต้านออฟไลน์และออนไลน์นั้นเป็นกระบวนการที่เกิดกลับไปกลับมาและเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดการเคลื่อนไหว

ผู้วิจัยสามารถสรุปการแลกเปลี่ยนและการกระจายทุนของกลุ่มป้าทุบรถดังต่อไปนี้

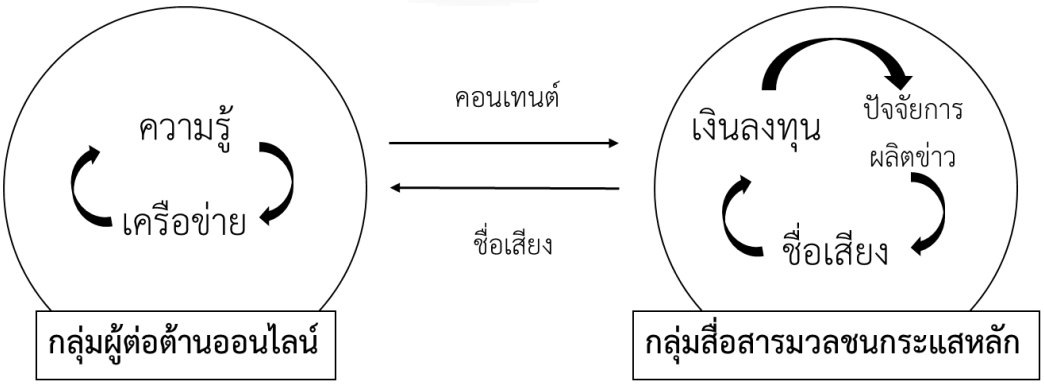
Ref. code: 25615807300040CHL



ภาพที่ 6.6 สรุปการแลกเปลี่ยนและการกระจายทุนของกลุ่มป้าทุบรถ

กรณีเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ กระบวนการกระจายทุนเริ่มจากกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักหยิบยืมเอา ทุนวัฒนธรรมหรือข่าวสารที่ปรากฏบนเพจ เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ ขณะที่กลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ก็ได้ ทุนสัญลักษณ์ จากกลุ่มสื่อสารมวลชนกระแสหลักเป็นการตอบแทน แลกเปลี่ยนกันเพื่อสะสมทุนสัญลักษณ์ระหว่างกัน

ผู้วิจัยอาจสรุปการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มผู้ต่อต้านทั้งสองกลุ่มได้ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 6.7 สรุปการแลกเปลี่ยนและการกระจายทุนของกลุ่ม “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าในกระบวนการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนนั้น ผู้ต่อต้านออนไลน์ไม่ได้มีจุดประสงค์ในการแลกเปลี่ยน ทุนวัฒนธรรมหรือทุนความรู้ระหว่างสมาชิกภายในเพจของตนเอง นอกจากนั้นยังไม่มีความสามารถในการสะสมทุนเศรษฐกิจจากการนำเสนอคอนเทนต์ของตนเอง

6.2 การอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง “การพูดปากต่อปากกับการต่อสู้ในชีวิตประจำวัน: กรณีศึกษาเรื่องเล่าออนไลน์เกี่ยวกับปัญหาบนท้องถนน” ถึงการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อช่วยเหลือให้คนธรรมดาต่อสู้กับโครงสร้างได้ผ่านอุบายอันชาญฉลาด ผู้วิจัยสามารถสร้างชุดคำอธิบายใน ประเด็นดังต่อไปนี้

1. พลวัตการสื่อสารปากต่อปากผ่านวัฒนธรรมการสื่อสารต่างยุค
2. การสร้างสรรค์และวิธีการต่อสู้ผ่านอุบายเพื่อต่อต้านอำนาจของโครงสร้างในหมู่ชนชั้นกลาง
3. การขับเคลื่อนประเด็นปัญหาผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปสู่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม
4. ลักษณะการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยนและกระจายทุนของกลุ่มต่อต้าน

6.2.1 พลวัตการสื่อสารปากต่อปากผ่านวัฒนธรรมการสื่อสารต่างยุค

6.2.1.1 การพูดปากต่อปากเพื่อการขับเคลื่อนสังคม

แม้สังคมวิชาการยังคงถกเถียงถึงขอบเขตและความหมายของข่าวลือ การซุบซิบและเรื่องเล่าสมัยใหม่ จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการพูดปากต่อปากนั้นอาจให้ความหมายครอบคลุมและมีลักษณะบางอย่างซึ่งส่งผลต่อการขับเคลื่อนประเด็นสังคมของมวลชนกล่าวคือ เป็นข้อมูลที่ไม่ได้รับการรับรองจากผู้มีอำนาจ (unauthenticated information) ไม่จำเป็นต้องมีผู้รับผิดชอบและสามารถนำเสนอได้ทุกประเด็น (Rosnow & Fine 1976, Shibutani, 1966)

วงจรชีวิตของการพูดปากต่อปาก

จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งสองกรณี ผู้วิจัยพบว่าการพูดปากต่อปากที่ถูกนำมาใช้ขับเคลื่อนการต่อสู้ในชีวิตประจำวันนั้นคือการพูดต่อๆ กันเพื่อหล่อเลี้ยงความฝัน (pipe dream) ซึ่งมอบความหวังและกำลังใจให้แก่ผู้ต่อสู้ในช่วงเวลาอันทุกข์ยาก (Knapp, 1942) ผ่านการ “พูดต่อๆ กัน” ของข่าวสารในสามช่วงชีวิตดังต่อไปนี้

หนึ่ง การกำเนิด การพูดปากต่อปากเพื่อการขับเคลื่อนทางสังคมเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์สารอย่างชาญฉลาดของกลุ่มคนธรรมดาซึ่งด้านหนึ่งอาจ “สกัด” ข้อเท็จจริงออกมาจากสถานการณ์ที่สับสนอลหม่าน (Allport & Postman, 1947) แต่จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการสั่ง

สมประสบการณ์และความรู้เพื่อสร้างสรรค์สารปากต่อปากให้มีอำนาจมากที่สุดก็เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการเคลื่อนไหว และจุดประกายให้สื่อมวลชนกระแสหลักและสื่อมวลชนกระแสรอง (เช่น สื่อมวลชนออนไลน์) เข้ามาสำรวจปรากฏการณ์ (Shibutani, 1966)

สอง การผจญภัย ผู้วิจัยพบว่าความน่าตื่นเต้นของเหตุการณ์เป็นตัวแปรสำคัญที่เร่งให้สารปากต่อปากแพร่กระจายในสังคมจนกลายเป็นกระแสภายในเวลาไม่นาน (Hill & Bonjean, 1964) และยังเป็นการเชื้อเชิญให้ผู้ต่อต้านเข้าร่วมการต่อสู้ได้สะดวกใจยิ่งขึ้น เมื่อสารปากต่อปากถูกนำเสนอผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์แล้ว จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสื่อปากต่อปากเหล่านั้นถูกลดทอนข้อมูล (leveling) เน้นข้อมูล (sharpening) และดัดแปลงข้อมูล (assimilation) มากมายเพื่อผลประโยชน์นการส่งต่อสารตามทัศนะของ Larsen (1954) อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่าการตีความหมายใหม่ (reinterpret) โดยคงเนื้อหาของสารดั้งเดิมไว้แต่ต่อรองหรือปฏิเสธความหมายนั้นเป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่คนธรรมดาดัดแปลงสารได้อย่างน่าสนใจ

สาม การตาย แม้ Morin (1971) เสนอว่าการ “สังหาร” สารปากต่อปากที่ได้ผลที่สุดนั้นคือการเปิดเผยความจริงให้มากที่สุดเพื่อคลายความสงสัยแก่มวลชนและหยุดการแพร่กระจายสารต่อไป หากแต่จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าสารปากต่อปากไม่ใช่ข่าวลวง (False news) กล่าวคือมีส่วนผสมของข้อเท็จจริง จะมากน้อยขึ้นอยู่กับกรณี ดังนั้น การหยิบยกสารปากต่อปากมานำเสนอโดยหวังเปิดเผยความจริงนั้นกลับกลายเป็นการสนับสนุนให้สารปากต่อปากแพร่สะพัดในสังคมเร็วยิ่งขึ้น และยิ่งมีเงื่อนงำที่น่าสงสัยแฝงอยู่ในข่าวลือเหล่านั้นมากเท่าไร ก็ยิ่งมีการขุดคุ้ยจนสารปากต่อปาก “ฟื้นคืน” (recoveries) กลับมาเร็วเท่านั้น

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าวิถีทางที่ได้ผลในการสยบข่าวลวงนั้นคือการนำเสนอคำอธิบายอีกชุดหนึ่งและปล่อยให้มวลชนสังคมที่มีวุฒิภาวะและปัญญาพิจารณาว่าฝ่ายใดควรได้รับความเชื่อถือกันแน่

การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สารปากต่อปากเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนทางสังคม

เพื่อเปิดทางให้สารปากต่อปากสามารถเผยแพร่จนกลายเป็นกระแสสังคมได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่สารเป็นตัวแปรสำคัญที่ต้องพิจารณา จากการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มคนธรรมดาพยายามสร้างสารที่ผู้รับสารสามารถเชื่อมโยงตัวเองกับเหตุการณ์เหล่านั้นได้อย่างเหมาะเจาะ รู้สึกว่าตนไม่มีความเสี่ยงมากนักในสนับสนุนข่าวสาร นอกจากนั้นการเผยแพร่ซ้ำๆ ผ่านกลุ่มคนผู้น่าเชื่อถือและมีชื่อเสียง อย่าง ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ก็ยังเพิ่มความน่าเชื่อถือของสารอีกทางหนึ่ง ที่สำคัญ กลุ่มคนธรรมดาต้องวางอุบายให้ผู้รับสารเล็งเห็นถึงประโยชน์จากการเชื่อถือสาร ทั้งทางด้านอารมณ์ ชื่อเสียง ความสัมพันธ์ และเศรษฐกิจ ตามทัศนะของ Hardin (2006)

Ref. code: 25615807300040CHL

อย่างไรก็ตาม ลักษณะของเครือข่ายสังคมออนไลน์ก็มีส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อถือให้เกิดแก่สารเช่นกันดังที่ Karsenty (2009) แสดงทัศนะว่าระบบของเครือข่ายออนไลน์นั้นสร้างระบบอันน่าเชื่อถือ (trustworthiness of the system) ทำให้ผู้ใช้ออนไลน์กล้าหาญพอจะแลกเปลี่ยนข้อมูลกับคนแปลกหน้าผ่านแฟลตฟอร์มต่างๆ ผ่านการสร้างความเป็นส่วนตัว (privacy) การควบคุมการเผยแพร่สาร (control) และการป้องกันอาชญากรรมบนโลกไซเบอร์ (security) ในรูปแบบต่างๆ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าผู้ใช้ออนไลน์ชาวไทยไม่ค่อยตั้งคำถามเกี่ยวกับประเด็นด้านความเป็นส่วนตัวและอาชญากรรมบนโลกไซเบอร์ อีกทั้งมองว่าการควบคุมสารบนโลกดิจิทัลโดยหน่วยงานราชการไทยนั้นทำได้ยาก จึง “กล้า” พอที่จะนำส่งต่อหรือนำเสนอประเด็นต่างๆ แม้จะไม่ได้เชื่อถือข่าวสารหรือแฟลตฟอร์มเท่าที่ควร

6.2.1.2 เทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อขยายศักยภาพการต่อสู้ของคนธรรมดา

ชัดเจนว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ช่วยขยายศักยภาพของคนธรรมดาให้ต่อต้านกับการกดทับของฝ่ายโครงสร้างอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ตามทัศนะของสำนักเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นตัวกำหนด (Toronto school) แต่ในอีกด้านหนึ่ง คนธรรมดาก็สามารถดัดแปลงแฟลตฟอร์มสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้เข้ากับบริบท และการใช้งานของตนเองได้อย่างชาญฉลาด ตามทัศนะของสำนักวัฒนธรรมศึกษา (British Cultural Studies) เช่น กรณีศึกษาที่สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการขับเคลื่อนประเด็นการต่อสู้จนเกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสังคม

การศึกษาลักษณะและพัฒนาการของสื่อสารออนไลน์ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถต่อขยายความเข้าใจต่อแนวคิดวัฒนธรรมการสื่อสารมุขปาฐะและการเขียน (Orality and Literacy culture) ของ Walter J. Ong (1982) ได้พอสังเขปดังต่อไปนี้

- แต่งเติมและขยายความ-จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคนธรรมดาในยุคดิจิทัลนั้นไม่เขินอายที่จะเพิ่มประสบการณ์ของตนเองลงไปในเรื่องราว และแต่งเติมเนื้อหาให้มีสีสันน่าติดตาม ขณะเดียวกันก็พร้อมวิเคราะห์ประเด็นเพื่อขยายความเข้าใจต่อเหตุการณ์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
- สร้างจินตนาการและส่งเสริมการวิเคราะห์-การสื่อสารยุคดิจิทัลนั้นสร้างจินตนาการให้ผู้รับสารผ่านสื่อมัลติมีเดียต่างๆ เช่น วิดีโอ ภาพประกอบ และเสียงบรรเลงต่างๆ แต่ขณะเดียวกันก็มีข้อความและเนื้อหาที่กระตุ้นให้เกิดการคิดวิเคราะห์สถานการณ์มากยิ่งขึ้น
- มากมายท่วมท้น (redundant) แต่ก็จัดแบ่งเป็นระบบระเบียบ (categorised)-แม้ข่าวสารบนโลกออนไลน์จะมากมายท่วมท้น (หรือที่เรารู้จักกันในแนวคิดเรื่อง Big Data หรือข้อมูลที่มีปริมาณมหาศาลจนมนุษย์ไม่สามารถจัดระเบียบได้ด้วยตนเอง) แต่อีกด้านหนึ่งมนุษย์ก็สร้างสรรค์เทคโนโลยีต่างๆ เพื่อใช้ประโยชน์จากข้อมูลเหล่านี้

Ref. code: 25615807300040CHL

- เป็นทั้งอนุรักษ์นิยม (conservative) และเสรีนิยม (liberal)-แม้ด้านหนึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยปลดปล่อยมนุษย์ให้มองเห็นความเป็นไปได้ใหม่ๆ จากทั่วทุกมุมโลกผ่านระบบการเชื่อมโยงไร้สาย หากแต่อังกอริธึม (algorithm) ของระบบที่เน้นปรากฏคอนเทนต์ที่ได้รับความนิยมจากผู้รับสารก็ตอกย้ำให้สังคมกลายเป็นอนุรักษ์นิยม มีความคิดความอ่านคล้ายๆ กันต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

- ใกล้เคียงกับความจริงแต่ก็เหยียบย่างอยู่ในโลกอุดมคติ-แม้โลกออนไลน์จะนำเสนอประเด็นที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันจริงๆ แต่คนธรรมดาก็นำเอาเทคนิคการนำเสนอต่างๆ เช่น การใส่เสียงประกอบ การทาสีให้ตัวอักษร ฯลฯ เพื่อสร้างสรรค์เรื่องราวเหล่านั้นให้ดูเหนือจริงกว่าที่เป็น

- เป็นสนามรบทางความคิดสำหรับคนบางกลุ่ม-การสื่อสารยุคดิจิทัลนั้นไม่มีใครสามารถปิดกั้นข้อมูลระหว่างกันได้อีกแล้วเนื่องจากคนส่วนใหญ่รู้หนังสือ แต่ก็ยังปิดกั้นผู้คนไม่ให้สามารถเข้าถึงพื้นที่ออนไลน์ด้วยตัวแปรต่างๆ เช่น ค่าใช่จ่ายในการต่ออินเตอร์เน็ต ความสามารถในการใช้สื่อดิจิทัล

- มีส่วนร่วมแต่อาจไม่เข้าถึง-แม้สังคมออนไลน์จะดูเหมือนเป็นพื้นที่เปิดที่ต้อนรับสมาชิกให้เข้ามาสื่อสารกันได้อย่างอิสระแต่ก็มีกฎเกณฑ์บางอย่างที่ป้องกันผู้คนไม่ให้เข้ามามีส่วนร่วม เช่น ระบบการสมัครสมาชิก การต้องเปิดเผยอัตลักษณ์ก่อนการใช้งาน ฯลฯ

- ความหมายภายในกรอบที่กำหนด-สารในยุคดิจิทัลนั้นกระจัดกระจายและไม่มีทิศทางซึ่งเปิดโอกาสให้เกิดการตีความใหม่มากมาย หากแต่ผู้นำทางความคิด (opinion leader) เช่น สื่อสารมวลชนกระแสหลัก หรือผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ มีบทบาทสำคัญในการตีกรอบความหมายให้อยู่ในขอบเขตที่กำหนด แม้ไม่สามารถบังคับความหมายอย่างแน่นอนแต่ก็ตีกรอบไม่ให้ผิดเพี้ยนไปจากความตั้งใจมากนัก

- ขึ้นกับสถานการณ์และมีความเป็นนามธรรม-สื่อดิจิทัลก้าวผ่านข้อจำกัดด้านเวลา (time) และสถานที่ (space) ดังนั้นแม้เนื้อหาที่ถูกนำเสนอจะเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แต่ก็อาจเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจากอีกมุมหนึ่งของโลก ไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสารโดยตรงเลย

โดยสรุป จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสื่อสารดิจิทัลนั้นมีลักษณะก้ำกึ่งระหว่างความเป็นวัฒนธรรมมุขปาฐะและวัฒนธรรมการเขียนดังที่แจกแจงมาข้างต้นซึ่งสอดรับกับแนวคิดแบบหลังสมัยใหม่ (postmodern) ที่เส้นแบ่งระหว่างสองวัฒนธรรมการสื่อสารดูพร่าเลือนลง

และเมื่อนำแนวคิดของ Meyrowitz (1985) มาอธิบายผลการศึกษา ผู้วิจัยพบว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นทำหน้าที่เป็น ฉากกลาง (middle stage) เปิดพื้นที่ให้คนธรรมดานำเสนอเนื้อหาเพื่อเปิดโปงโฉมหน้าของสังคมตนเองอย่างหมดเปลือกเพื่อต่อรองอำนาจกับฝ่าย

โครงสร้าง และสร้างควบคุมกระแสการไหลเวียนของข่าวสาร (flow of information) ให้เป็นไปตามที่กลุ่มผู้ต่อต้านต้องการ อย่างไรก็ตาม จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าหากคนธรรมดาต้องการขับเคลื่อนประเด็นให้ไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้าง สื่ออิเล็กทรอนิกส์อาจมีคุณลักษณะบางประการที่ทั้งส่งเสริมและขัดขวางการต่อสู้ดังต่อไปนี้

- การปกปิดตนเอง (anonymous) - แม้ด้านหนึ่งการปกปิดอัตลักษณ์ของปัจเจกบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์จะช่วยป้องกันคนธรรมดาจากภัยคุกคามของฝ่ายโครงสร้าง หากแต่เมื่อถึงเวลาที่ต้องขับเคลื่อนประเด็นอย่างเป็นทางการ ผู้ใช้ออนไลน์ที่ไม่รู้จักอัตลักษณ์ระหว่างกันมากพอจะไม่เกิดความไว้เนื้อเชื่อใจกันและไม่มีใครกล้าเสนอตัวเป็น “เจ้าภาพ” ในการต่อต้านนั้น

- การสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม (group identity)-การที่สื่อดิจิทัลสามารถสร้างอัตลักษณ์กลุ่มได้แม้สมาชิกจะไม่ได้อยู่ร่วมพื้นที่ทางกายภาพ (physical place) เดียวกันอาจช่วยให้การต่อต้านเกิดได้จากทุกหนแห่ง แต่สายสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่าง “คนใน” เหล่านั้นกลับเปราะบางจนไม่มีพลังพอจะขับเคลื่อนการต่อสู้ไปยังสื่อชนิดอื่นๆ ได้

- การขัดเกลาทางสังคม (socialization)-แม้การปฏิสัมพันธ์กันในโลกคู่ขนาน (parallel process interaction) จะเปิดโอกาสให้คนธรรมดา เข้า และ ออก การต่อสู้ได้อย่างสะดวกสบาย แต่ปรากฏการณ์นี้ก็ขัดเกลาให้ประชาชนยุคดิจิทัลไม่สามารถตั้งสมาธิจดจ่อต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้นาน ส่งผลให้การต่อสู้ที่ไม่ได้ออกแบบอุบายมาอย่างดีถูกละเลยจากสังคมออนไลน์อย่างรวดเร็ว

- ตำแหน่งทางสังคม (rank)-แม้สื่ออิเล็กทรอนิกส์จะลดทอดความสามารถในการกีดกัน “คนนอก” ออกจากแวดวงสังคม ช่วยให้คนจากทุกชนชั้นสามารถเข้าถึงข้อมูลได้แต่ในทางกลับกันความสามารถในการใช้และความเท่าทันสื่อดิจิทัล (digital media literacy) จะเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงกระแสข่าวสาร

6.2.2 การสร้างสรรค์และวิธีการต่อสู้ผ่านอุบายเพื่อต่อต้านอำนาจของโครงสร้างในหมู่ชนชั้นกลางในชีวิตประจำวัน

ผู้วิจัยเชื่อว่าชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นไม่ใช่เรื่องธรรมดาและเป็นกิจวัตรเพราะเต็มไปด้วยการต่อรอง การแข่งขัน และการควบคุมของอำนาจโครงสร้าง เพื่อทำความเข้าใจกลไกอำนาจและการต่อรองในภาวะสมัยใหม่ตามทัศนะของ Michel de Certeau (1980) จากข้อมูลผู้วิจัยสรุปได้ว่าแม้สังคมจะมีอำนาจเข้ามากำหนดวิถีการใช้ท้องถนน เช่น การบังคับใช้กฎหมาย การเก็บภาษีที่ดิน ฯลฯ แต่ปัจเจกชนผู้กระทำการก็สามารถประกอบสร้างความหมายของกิจกรรมบนท้องถนนบางอย่างขึ้นมาใหม่เพื่อต่อต้านโครงสร้าง เช่น การทุบรถเพื่อประกาศการต่อต้าน ขณะที่ James C. Scott (1985) ขยายความแนวคิดของ Michel de Certeau ต่อไปด้วยการเสนอแนวคิดว่าชนชั้นปกครองนั้นมักครอบงำมวลชนในรูปแบบ เรื่องสาธารณะ (public transcripts) เพื่อลด

โอกาสการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ถูกปกครองและแบ่งแยกพวกเขาออกจากกันให้ได้มากที่สุด แต่เรื่องหลังม่าน (hidden transcripts) เป็นอาวุธที่กลุ่มคนธรรมดาใช้ต่อต้านเมื่อถึงจังหวะและโอกาสที่เหมาะสม

เมื่อปรับใช้แนวคิดของ Michel Michel de Certeau และ James C. Scott เข้ากับการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยพบลักษณะของการต่อต้านผ่านพื้นที่ชีวิตประจำวันดังต่อไปนี้

ช่วงหนึ่ง-สั่งสมอำนาจ หล่อเลี้ยงจิตสำนึกแห่งการต่อต้าน

คนธรรมดามักเริ่มต้นด้วยความไร้อำนาจและอยู่ภายใต้การบงการของยุทธศาสตร์อันทรงพลังของฝ่ายโครงสร้าง เพื่อการปลดปล่อยตนเองออกมา คนธรรมดาต้องเริ่มต้นจากการสั่งสมประสบการณ์การต่อสู้ทีล่ะเล็กทีล่ะน้อย ผ่านการลองผิดลองถูกเพื่อเรียนรู้ด้วยตนเอง การฝึกต่อสู้และต่อต้านโครงสร้างอย่างสม่ำเสมอนั้นเสมือนการออกกำลังกายทางอำนาจ (power flexing) ที่นอกจากจะเสริมสร้างความรู้และความเชี่ยวชาญในการใช้อำนาจแล้ว ยังหล่อเลี้ยงจิตสำนึกแห่งการต่อต้านให้คงอยู่กับปัจเจกชนผู้กระทำการด้วย

ช่วงสอง-ลงมือทำ เปลี่ยนชีวิตประจำวันให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ”

แม้ James C. Scott จะมีทัศนะว่าการต่อสู้ของคนธรรมดานั้นต้องปิดบังตัวตนและกระทำอย่างไม่เอิกเกริก แต่จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าการต่อสู้โดยเป็นบุคคลนิรนาม (anonymous) และกระทำการอย่างลับๆ นั้นแม้อาจช่วยต่อต้าน “ความสงบ” ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์หลักที่ฝ่ายโครงสร้างสะกดสังคมไว้ แต่ในระยะยาวผู้วิจัยพบว่าเมื่อการต่อต้านลักษณะนี้ดำเนินไปหลายครั้งจะกลับส่งเสริมการปกครองของฝ่ายโครงสร้างให้เข้มแข็งขึ้นเนื่องจากการต่อต้านเล็กๆ น้อยๆ เพื่อความสะใจนั้นเป็นการระบายความอัดอั้นของคนธรรมดาเพื่อท้ายที่สุดจะสามารถกลับไปเป็น “เด็กดีของระบบ” ยอมทนต่อการกดขี่ของฝ่ายโครงสร้างได้ยิ่งขึ้นไป และการพร่ำบ่นถึงเรื่องเดิมซ้ำๆ ก็ส่งเสริมยุทธศาสตร์ของฝ่ายโครงสร้างที่ต้องการเปลี่ยนความเดือดร้อนอัน “ไม่ปกติ” ให้กลายเป็นชีวิตประจำวัน (everyday life)

เพื่อหลีกเลี่ยงการส่งเสริมฝ่ายโครงสร้าง ผู้วิจัยพบว่าเหล่าคนธรรมดาผู้ต่อต้านกลุ่มหนึ่งควรแสดงตัวเพื่อเป็น “เจ้าภาพ” การต่อต้านนั้นและประกาศการต่อสู้อย่างโจ่งแจ้งเพื่อรวบรวมกลุ่มผู้สนับสนุนให้มาเข้าร่วมการต่อสู้ ปรากฏการณ์ที่คนธรรมดาอาจหาญลุกขึ้นต่อต้านอำนาจของโครงสร้างนั้นเป็นภาวะที่ “ไม่ปกติ” ในตัวของมันเองและสามารถปั่นป่วนการปกครองของผู้มีอำนาจอย่างมีประสิทธิภาพ

ทางด้านยุทธศาสตร์ (strategy) และอุบาย (tactic) ของการต่อต้านนั้น จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการอุบายที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องประกอบไปด้วยอุบายหลักซึ่งทำหน้าที่ต่อต้านมายาคติของสังคมที่ฝ่ายโครงสร้างใช้ยุทธศาสตร์อันซับซ้อนสร้างผ่านการสร้างวาทกรรม

Ref. code: 25615807300040CHL

ต่อต้าน และการสร้างประสบการณ์ร่วมกับมวลชน ขณะที่ใช้อุบายรองอันได้แก่ การจัดอันดับคู่ต่อสู้ การใช้สื่อผสม และการเล่าเรื่องเพื่อผลักดันประเด็นให้กลายเป็นที่สนใจของสาธารณชน

ช่วงสาม-ต่อต้านซ้ำๆ รักษากระแสสังคม

หากเป้าหมายของการต่อต้านอยู่ที่การ "ปั่นป่วนการปกครองของฝ่ายผู้มีอำนาจ" แล้ว จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการต่อต้านอำนาจซ้ำๆ เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้การต่อต้านเกิดประสิทธิภาพ การต่อต้านที่ได้ผลคือการคงไว้ซึ่งประเด็นการต่อต้านเดิมแต่เปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้หลากหลาย ไม่ซ้ำซาก เนื่องจากกลุ่มชนชั้นกลางในเมืองนั้นเป็นกลุ่มคนที่คาดหวังความแปลกใหม่และต้องการติดตามกระแสอยู่เสมอ "เหล้าเก่าในขวดใหม่" เหล่านี้จึงช่วยรักษาฐานผู้ต่อต้านให้คงอยู่ในระยะยาวพอปั่นป่วนการปกครองของผู้มีอำนาจได้

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่ได้คิดเห็นไปในทิศทางเดียวกับทัศนะของ James C. Scott ที่มองว่ารัฐ (state) เป็นสิ่งไม่พึงประสงค์ของสังคม คนธรรมดาทุกคนควรมีอิสระ หลบซ่อนตัวเองจากการกดขี่ของรัฐ และแม้จะมีการปฏิวัติ (revolution) โดยภาคประชาสังคมแต่ผลสุดท้ายกลุ่มคนที่ตั้งตัวขึ้นเป็นรัฐใหม่ก็จะเริ่มกดขี่ประชาชนผ่านอื่นที่มีผลประโยชน์แตกต่างกัน (James C. Scott et al., The Conversation, 15 Sep. 2016) ทั้งนี้ผู้วิจัยอาจอภิปรายแนวความคิดออกเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ภาวะไร้อำนาจของคนธรรมดา

"เราจะต่อต้านรัฐอย่างไรเมื่อตนเองไร้อำนาจ จะเปล่งเสียงอย่างไรเมื่อคุณไม่มีเสียงเอาเสียเลย" James C. Scott ให้สัมภาษณ์กับสื่อ The Conversation (James C. Scott et al., The Conversation, 15 Sep. 2016)

James C. Scott อธิบายว่าคนธรรมดานั้นไร้อำนาจในการเปล่งเสียงของตนเองให้สังคมได้ยิน ดังนั้นจึงต้องจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานซึ่งเป็นการรวบรวมกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์เข้ามาร่วมกัน แต่เมื่อเกิดเป็นกลุ่มและมีผู้นำขึ้นมา ทิศทางการเรียกร้องจะมุ่งตอบสนองผลประโยชน์ของกลุ่มผู้นำและละเลยเสียงเล็กเสียงน้อยของสมาชิกส่วนน้อยไป สุดท้ายแล้วคนธรรมดากลุ่มน้อยที่เข้าไปรวมกลุ่มก็จะตกอยู่ในสถานะ ถูกใช้เป็นเครื่องมือ และถูกกดขี่จากกลุ่มผู้ต่อสู้ใหม่แทน (James C. Scott et al., The Conversation, 15 Sep. 2016)

ผู้วิจัยเห็นด้วยว่าการรวมกลุ่มเพื่อต่อต้านนั้นไม่สามารถตอบสนองผลประโยชน์อันหลากหลายของผู้เข้าร่วมได้ อย่างไรก็ตาม คนธรรมดาในโลกยุคดิจิทัลนั้นมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ช่วยให้คนธรรมดาสามารถเข้าร่วมการต่อต้านได้หลายกลุ่ม (เสมือนการ เล่นไพ่หลายมือ) ซึ่งลดความเสี่ยงทั้งในแง่การต่อสู้ที่ล้มเหลว หรือการตกเป็นคนส่วนน้อยที่ไม่ได้รับการตอบสนองในการต่อสู้ นอกจากนี้ปัจจุบันสื่อดิจิทัลช่วยเพิ่มพลังให้คนธรรมดามีช่องทางการสื่อสารของตนเอง ขอ

เพียงมีสติปัญญาและมีกลยุทธ์ในการใช้สื่อดิจิทัลอย่างชาญฉลาดก็สามารถ เปล่งเสียง ให้สังคมได้ยินแล้ว

- การปฏิวัติ (revolution) คือการสร้างศัตรูกลุ่มใหม่ให้แก่ประชาชน

"การเคลื่อนไหวเพื่อปฏิวัติมักลงเอยด้วยการให้กำเนิดรัฐที่กดขี่ประชาชนมากกว่ารัฐที่ถูกล้มล้าง"

James C. Scott แสดงทัศนะว่ากลุ่มคนธรรมดาที่รวมกลุ่มกันเพื่อล้มล้างรัฐนั้นมีผลประโยชน์และวาระแอบแฝ้นของฝ่ายตนทั้งสิ้น ดังนั้นเมื่อกลุ่มผู้นำขึ้นกุมอำนาจกลายเป็นรัฐใหม่ก็จะตอบแทนผลประโยชน์ให้แก่ผู้สนับสนุนที่ช่วยเหลือตนเสมอมา กลุ่มคนส่วนน้อยย่อมถูกมองข้ามและสะสมกำลังกลายเป็นกลุ่มปฏิวัติใหม่ ล้มล้างกันไปมาเป็นวัฏจักร (James C. Scott et al., The Conversation, 15 Sep. 2016)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการปฏิวัตินั้นหลายครั้งถูกหยิบฉวยเป็นหนทางให้กลุ่มผู้นำขึ้นมามีอำนาจและกดขี่กลุ่มคนที่ไม่เห็นด้วยกับตนเองต่อไปดังทัศนะของ James C. Scott จริง แต่อย่างไรก็ตาม ภายใต้ระบอบการปกครองประชาธิปไตยนั้นมีหลักแนวคิดพื้นฐานให้ผู้มีอำนาจและเสียงส่วนใหญ่ "เคารพและไม่ละเมิดเสียงส่วนน้อย" ดังที่วิสุทธิ์ โพธิแท่น (2554) ระบุไว้ในหนังสือแนวคิดพื้นฐานของประชาธิปไตย ใจความว่า

"หลักการถือเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ควบคู่ไปกับการเคารพในสิทธิของเสียงข้างน้อยหลักการนี้ใช้ในการตัดสินใจใดๆที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อประโยชน์สาธารณะหรือประชาชนหมู่มากโดยบุคคลเพียงคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่สามารถที่จะตัดสินใจหรือกระทำการใดๆได้เพียงลำพัง"

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่าหากประชาชนต่อรองและกดดันให้รัฐใช้หลักการประชาธิปไตยอย่างเข้มแข็ง เสียงส่วนน้อยก็จะมีโอกาสถูกละเมิดสิทธิน้อยลง

6.2.3 การขับเคลื่อนประเด็นปัญหาผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปสู่เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคม

การเคลื่อนไหวของคนธรรมดาผ่านพื้นที่ออนไลน์

Lievrouw (2011) เชื่อในพลังของสื่อดิจิทัลว่าสามารถสร้างสรรค์การขับเคลื่อนทางสังคมใหม่ (new social movement) ในประเด็นที่กว้างขวาง เช่น สิทธิของการเป็นผู้ใช้ชีวิตบนท้องถนน ผ่านการหยิบยกเอาอุบาย (tactic) ที่กลุ่มผู้ต่อต้านอื่นๆ สร้างสรรค์มาเพื่อนำมาประกอบสร้างความหมายใหม่ (Detournement) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสื่อดิจิทัลนั้นอาจไม่ได้มีพลังมากเพียงพอในการขับเคลื่อนประเด็นการเปลี่ยนแปลงได้แต่เพียงสื่อเดียว หากแต่ต้องระดมความช่วยเหลือจากสื่อชนิดอื่นๆ เช่น สื่อมวลชนกระแสหลัก และสื่อออฟไลน์เพื่อ

ช่วยเหลือในการต่อสู้ด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยอาจอธิบายปรากฏการณ์โดยนำเอาแนวคิดของ Lievrouw มาปรับใช้กับผลการศึกษาดังต่อไปนี้

- กลุ่มผู้ส่งสาร (Sender) - สถานะเป็นผู้ก่อกวน (interventionist) ซึ่งเข้าไปรบกวนการรับรู้ทั่วไป (common sense) ของผู้รับสารให้เห็นว่าปัญหาบนท้องถนนไม่ใช่เรื่องปกติธรรมดา แต่เป็น “ความไม่ปกติ” ที่หน่วยงานราชการมีหน้าที่ดูแล อย่างไรก็ตาม แม้พื้นที่ออนไลน์จะเปิดให้สมาชิกทุกคนผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านต่างๆ เข้าร่วมการต่อสู้ได้อย่างอิสระ แต่จากข้อมูลผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ต้องเป็น “หัวเรือใหญ่” ในการออกหน้าขับเคลื่อนประเด็นสังคมต่อไปเพื่อควบคุมการตีความสารให้เป็นไปในกรอบและเป็นประโยชน์ต่อการต่อสู้ในภาพรวม อย่างไรก็ตาม หากคนธรรมดาทำตัวเป็นนักระบายอารมณ์ (exploder) และเอาแต่ระบายอารมณ์คับข้องใจมาวิพากษ์วิจารณ์กัน ผู้เข้าร่วมการต่อต้านไม่สามารถตีความสถานการณ์ได้ถูกและการต่อสู้ก็ไม่สามารถต่อยอดไปได้

นอกจากนั้น จุดที่แตกต่างกันคือกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์ในกรณี ป้าทุบรถ นั้นมักเป็นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ที่มีชื่อเสียงจึงมีสถานะ เปิดเผยตัวตนและมีชื่อเสียง แต่กรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” นั้นกลับเป็นกลุ่มผู้ใช้ออนไลน์ที่ ไม่เปิดเผยตัวตนและไม่มีชื่อเสียง ซึ่งตัวแปรนี้ส่งผลอย่างมากต่อความสำเร็จของการขับเคลื่อนประเด็นปัญหาต่อไป

ส่วนข้อได้เปรียบของช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่กลุ่มผู้ต่อต้านสามารถสลายตัวไปได้อย่างรวดเร็ว (perishable) และกลับมารวมตัวเฉพาะกิจเพื่อตอบโต้ต่อกับสถานการณ์เฉพาะ รวมถึงมีตัวตน (identity) ที่กึ่งจริงกึ่งไม่จริงทำให้ผู้มีอำนาจจับไม่ได้ไล่ไม่ทันเป็นการเปิดโอกาสให้คนธรรมดาสามารถนำเสนอประเด็นต่างๆ ได้อย่างไม่ต้องเกรงอำนาจ หากแต่กลุ่มผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ก็จะเป็นกลุ่มที่เข้ามาตรวจสอบประเด็นเหล่านั้นเพื่อป้องกันตนเองจากการลงโทษของฝ่ายโครงสร้างในระดับหนึ่ง

ทั้งนี้ คุณสมบัติของชนชั้นกลางผู้เข้าร่วมการต่อต้านซึ่งทั้งสองกรณีศึกษามีร่วมกันคือ มีความรู้ความชำนาญเฉพาะด้าน มีฐานะและรายได้มั่นคง รวมถึงมีความคิดเชิงตรรกะผ่านการเรียนรู้ตามระบบการศึกษา

- จุดประสงค์การต่อสู้ (Objective)-การสื่อสารเพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างนั้นไม่ได้ตั้งเป้าที่การเป็นพื้นที่ระบายอารมณ์ของผู้เข้าร่วม หากแต่ต้องตั้งเป้าว่าจะเป็นพื้นที่แห่งการใช้เหตุผล ถกเถียงกันจนตกผลึกเป็นเนื้อหาบางอย่างซึ่งสามารถนำไปขับเคลื่อนสังคมต่อไปได้ ดังนั้น ผู้เข้าร่วมการต่อต้านออนไลน์จึงควรมีวิสัยทัศน์ร่วมกันว่าจะสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายในสังคมเพื่อกลับไปบังคับให้ฝ่ายโครงสร้างรวมถึงปัจเจกชนคนอื่นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

Ref. code: 25615807300040CHL

จากกรณีศึกษาทั้งสองแสดงให้เห็นว่าการกำหนดจุดประสงค์ตั้งต้นของผู้เริ่มเรื่อง (กรณี ป้าทุบรถ คือกลุ่มป้าทุบรถ และกรณี “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” คือแอดมินเพจ) เนื่องจากการออกแบบสารและสื่ออื่นๆ จะถูกสร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตั้งต้นนี้

- กิจกรรมการต่อต้าน (Activity)-กิจกรรมที่ผู้ต่อต้านของทั้งสองกรณีศึกษานั้นคล้ายกัน แต่จุดที่เป็นข้อจำกัดของกรณีศึกษา “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การต่อสู้ไม่ประสบผลสำเร็จคือการปกปิดตัวเองของแอดมินเพจ การไม่รับฟังความคิดเห็นของสมาชิกทำให้ไม่เกิดการสื่อสารสองทาง การไม่สนใจติดต่อสื่อสารกับผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์คนอื่นเพื่อสร้างพันธมิตรออนไลน์ และยังจำกัดการต่อสู้อยู่บนพื้นที่เพจซึ่งตนเองควบคุมการสื่อสารได้ฝ่ายเดียว แต่จุดที่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าทำให้กิจกรรมการต่อต้านไม่สามารถต่อยอดไปสู่ความสำเร็จได้นั้นเพราะแอดมินและผู้ต่อต้านไม่ได้วิพากษ์วิจารณ์กันบนพื้นฐานของเหตุผล ซึ่งแม้จะสามารถดึงดูดคนธรรมดามาเข้าร่วมได้แต่ก็ไม่สามารถผลักดันให้เกิดฉันทามติในกลุ่ม

- การสร้างสรรค์สาร (Message)-อุบายการสร้างสรรค์สารที่ได้ผลคือ หนึ่ง การเรียกความสนใจของมวลชนและลดความชอบธรรมของฝ่ายโครงสร้างด้วยการล้อเลียนให้เกิดเสียงหัวเราะ (parody) ผ่านการผสมผสานเนื้อหาที่ต้องการเรียกร้องกับวัฒนธรรมมวลชน (popular culture) สอง เปลี่ยนประเด็น “สาธารณะ” ให้กลายเป็นประเด็น “ส่วนตัว” ผ่านการนำเสนอเรื่องราวในชีวิตประจำวัน (everyday life topic) เพื่อช่วยให้คนธรรมดาเชื่อมโยงตัวเองและเข้าร่วมการต่อสู้ได้ง่ายขึ้น สาม สร้าง “เหตุผลของการต่อสู้” และแย่งชิงอำนาจการกำหนดวาระ (agenda setting) จากสื่อมวลชนกระแสหลักด้วยการวิเคราะห์ประเด็นข่าวเชิงลึก (insight information) เพื่อค้นหาความไม่ชอบมาพากลและสร้างประเด็นใหม่ป้อนเข้าสู่เครือข่ายการต่อสู้

- ช่องทางการสื่อสาร (Channel) - แม้การต่อสู้ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นบนพื้นที่ออนไลน์ แต่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ต่อต้านนั้นควรขยายการฉวยใช้สื่อไปทั้งแนวราบและแนวดิ่ง กล่าวคือ แนบราบคือการสร้างพันธมิตรเครือข่ายผู้ต่อสู้กับผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์กลุ่มอื่นๆ ขณะที่แนวดิ่งคือการนำเสนอสารของตนเองไปยังสื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่อมวลชนกระแสหลัก สื่อกิจกรรม ฯลฯ

- กลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร (Movement Strategy)-เครือข่ายโซเชียลมีเดียถูกออกแบบมาเพื่อดึงดูด “คนที่ไม่รู้จักกัน” บนโลกออฟไลน์ให้มาปะทะสังสรรค์กัน ดังนั้นจึงต้องเริ่มจากการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจ สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่ม กรณีศึกษาทั้งสองดำเนินผ่านขั้นตอนเหล่านี้คล้ายกัน แตกต่างกันที่ แอดมินเพจ “เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์” ไม่ได้สร้างการสื่อสารสองทางจึงไม่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม และที่สำคัญ แอดมินเพจไม่ได้ผลักดันการต่อสู้ไปถึงการประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มซึ่งเป็นจุดที่นำพลังของผู้ต่อต้านที่รวบรวมไว้ไปขับเคลื่อนให้เกิดความเปลี่ยนแปลง

Ref. code: 25615807300040CHL

- ผู้รับสาร (Receiver)-การสื่อสารของกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์นั้นไม่ควรมุ่งเป้าไปที่ผู้รับสารออนไลน์ด้วยกัน หากแต่ต้องวิเคราะห์ให้แตกฉานเสียก่อนว่า บุคคล ใดเป็นตัวแทนแท้จริงของฝ่ายโครงสร้าง เป็นผู้มีอำนาจและความรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาทางตรง แล้วจึงผลิตสารเพื่อมุ่งเป้าสื่อสารไปที่คนกลุ่มนี้

6.2.4 สถานะและอำนาจของผู้ถูกเอารัดเอาเปรียบ

เมื่อต้องการลุกขึ้นต่อสู้ ทุน (capital) ถือเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดและก่อร่างสร้างอำนาจให้แก่เหล่าคนธรรมดา อย่างไรก็ตาม การเพิ่มศักยภาพในการต่อต้านของคนธรรมดาจำเป็นต้องมีการสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนประเภทต่างๆ อันได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสัญลักษณ์ อย่างสมเหตุสมผลจึงสามารถผลักดันการต่อสู้ไปสู่ความสำเร็จได้ (Bourdieu, 1977)

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสั่งสมและครอบครองทุนของกลุ่มคนธรรมดาผู้เข้าร่วมการต่อต้านนั้นเป็นตัวแปรสำคัญเนื่องจากสอดรับกับวิถีปฏิบัติของชนชั้นกลางซึ่งมี สถานะทางเศรษฐกิจดีแต่ขาดแคลนทุนทางวัฒนธรรม เนื่องจากไม่ได้มีรากฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่แน่นหนาอย่างชนชั้นอื่น จึงพร้อมใช้พื้นที่การสื่อสารเพื่อสั่งสมทุนด้านต่างๆ จนสามารถยกระดับรสนิยมของตนเองให้ทัดเทียมกับชนชั้นสูง และหนีห่างจากชนชั้นล่างได้ นอกจากนี้การที่กลุ่มชนชั้นกลางหลายกลุ่มเข้าร่วมการต่อสู้เพื่อตักตวงและแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันนั้นก่อให้เกิดเครือข่ายผลประโยชน์ (network of benefits) ซึ่งเชื่อมร้อยไม่ให้คนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งสามารถถอยห่างจากการต่อสู้ได้โดยง่าย

เมื่อกลุ่มคนธรรมดาเผชิญหน้ากับสถานการณ์อันเป็นปัญหาและสำนึกว่าตนยังขาด ทุนหน้าตัก อันจำเป็นสำหรับการต่อสู้ คนธรรมดาจึงเริ่มสั่งสมและครอบครองทุนต่างๆ โดยพิจารณาจาก ข้อจำกัด ของตัวเองเป็นหลัก เช่น กลุ่มป้าทุบรถ ไม่มีความรู้ด้านกฎหมายซึ่งทำให้ฝ่ายโครงสร้างสบโอกาสในการใช้ยุทธศาสตร์เพื่อเอารัดเอาเรียบได้ จึงเริ่มลองผิดลองถูกเพื่อเรียนรู้และสะสมทุนความรู้ด้านกฎหมายให้แก่ตนเอง ที่น่าสนใจคือกลุ่มผู้ต่อต้านซึ่งมีหลายกลุ่มนั้นมักจะมีรูปแบบการสั่งสมทุนที่แตกต่างกันไปตาม ข้อจำกัด ของตนเอง ความหลากหลายในการสะสมทุนนี้เอื้อประโยชน์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนอย่างมีประสิทธิภาพต่อมา

หลังจากลงมือเปลี่ยนชีวิตประจำวันให้กลายเป็น “ความไม่ปกติ” เพื่อเคาะระฆังการต่อสู้แล้ว กลุ่มคนธรรมดาจะเปลี่ยนรูปแบบการสะสมทุนจากแต่เดิมสั่งสมอย่างยากลำบากด้วยตนเอง กลายมาเป็นการแลกเปลี่ยนทุนระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มและพัฒนาไปเป็นการกระจายทุนให้แก่กลุ่มผู้ต่อต้านอื่นๆ เห็นได้ว่าการแลกเปลี่ยนและกระจายทุนเหล่านี้ตั้งอยู่บนความสัมพันธ์แบบต่างฝ่ายต่างได้ประโยชน์ (win-win situation) เอื้อให้การเคลื่อนย้ายทุนเป็นไปอย่างสะดวก ทั้งนี้จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าจุดมุ่งหมาย (goal) ในการต่อสู้นั้นเป็นตัวแปรสำคัญที่จุดประกายให้แก่กลุ่ม

Ref. code: 25615807300040CHL

ผู้ต่อต้านดำเนินการแลกเปลี่ยนกระจายทุนกันอย่างคึกคัก กล่าวคือหากผู้ต่อต้านมีจุดมุ่งหมายระดับพื้นฐานเพียงการ “ระบายอารมณ์” แล้ว คนธรรมดาก็ไม่จำเป็นต้องสั่งสมทุนด้านต่างๆ อย่างเข้มข้นเพราะเพียง ทุนหน้าตัก ก็เพียงพอเพื่อบรรลุจุดประสงค์แล้ว หากเมื่อผู้ต่อต้านเห็นพ้องที่จะต่อสู้เพื่อจุดประสงค์ที่ขยับขั้นขึ้นไปอย่างการ “เปลี่ยนแปลงโครงสร้าง” ผู้ต่อต้านจำเป็นอย่างจริงที่จะต้องมานะสั่งสม ครอบครอง แลกเปลี่ยน และกระจายทุนอย่างชาญฉลาดและเอื้อให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์เพื่อพัฒนาศักยภาพการต่อต้านของตนเองให้มากพอ

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตหนึ่งว่า ทุนทางวัฒนธรรมด้านความรู้ความสามารถของปัจเจกชน (embodied form) เป็นทุนสำคัญที่กลุ่มผู้ต่อต้านทุกกลุ่มมีร่วมกันและเป็นทุนตั้งต้นที่สามารถนำไปใช้เปลี่ยนเป็นทุนด้านอื่นๆ ทุกชนิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การสะสมทุนความรู้ความสามารถนั้นจำเป็นต้องใช้เวลา ความมานะอุตสาหะ และไม่มีใครสามารถทำแทนกันได้ ดังนั้นการต่อสู้และเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจึงเป็นการต่อสู้ที่ยาวนานเพราะผู้ต่อต้านต่างต้องลงทุนลงแรงสะสมทุนความรู้ความสามารถของฝ่ายตนเป็นระยะเวลานาน อีกทั้งยังไม่สามารถส่งต่อสมรรถนะเหล่านั้นให้แก่ผู้สืบทอดได้อีกด้วย

6.4 ข้อเสนอแนะ

6.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

จากการศึกษา ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงสิ่งที่จะนำไปใช้หรือนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนบนท้องถนน ดังนี้

แนวทางการต่อสู้ผ่านการสื่อสารปากต่อปากของคนทั่วไป

ทุกวันนี้ ไม่มากก็น้อย ผู้วิจัยเชื่อว่าเหล่าคนธรรมดาในสังคมไทยต่างเริ่มสังเกตเห็น “ความไม่ปกติ” อันสร้างความเคลือบแคลง ความรู้สึกอยุติธรรม และความเดือดร้อนอย่างเป็นรูปธรรมให้แก่ตนเองและคนในสังคมมากมาย เพื่อยกระดับความรู้สึก ขุ่นเคือง ตรงนี้ไปสู่การลงมือทำเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงแก่สังคม งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งสร้าง เลนส์ หรือกรอบวิธีคิดที่ช่วยให้คนธรรมดาสามารถมองเห็นปัญหาอย่างถ่องแท้ ปลูกจิตสำนึกแห่งการวิพากษ์ผู้สร้างปัญหาตัวจริง และมอบกลยุทธ์อันเสริมพลังให้คนธรรมดาสามารถขับเคลื่อนประเด็นปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางการต่อสู้ผ่านการสื่อสารปากต่อปากสำหรับคนทั่วไปในความคิดเห็นของผู้วิจัยมีดังต่อไปนี้

1. การสร้างจิตสำนึกแห่งการวิพากษ์โครงสร้าง

ข้อมูลจากงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าฝ่ายโครงสร้างใช้ยุทธศาสตร์มากมายเพื่อกดทับคนธรรมดาให้มองเห็นว่าปัญหาที่ตนเผชิญหน้าอยู่นั้นเป็นเพียง ชีวิตประจำวันอันธรรมดา (ordinary life) หรือความเป็นไปปกติของสังคม ดังนั้นเมื่อคนธรรมดาต้องการลุกขึ้นต่อสู้เพื่อ

แก้ปัญหาของตนเอง อันดับแรก คนธรรมดาควรตั้งคำถามและวิเคราะห์ว่าความเดือดร้อนที่ตนกำลังเผชิญหน้าอยู่เป็นประจำวันนั้นแท้จริงเป็นเรื่องธรรมดาสามัญจริงหรือไม่ หากไม่ใช่แล้วปัญหานี้มีสาเหตุมาจากอะไร และใครควรเป็นผู้รับผิดชอบแก้ปัญหาต่อสิ่งที่เกิดขึ้น อันดับสอง คนธรรมดาควรพิจารณาและแจกแจงว่าตนเองมี ทางเลือก (options) อื่นๆ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าที่เป็นอยู่หรือไม่ และ สุดท้าย เมื่อมองเห็นอำนาจที่ฝ่ายโครงสร้างใช้กดทับตนเองอย่างเข้มข้นและมองเห็นความเป็นไปได้ที่ชีวิตของตนจะดีได้มากกว่านี้ คนธรรมดาควรมีความกล้าหาญเพียงพอที่จะเริ่ม ลงมือต่อต้าน (action) อย่างชาญฉลาดและได้คุ้มเสีย

2. การรวบรวมพลังแห่งการต่อต้าน

การลงมือต่อต้านของคนธรรมดานั้นไม่สามารถลงมือได้ทันที หากแต่ต้องดำเนินการแบบค่อยเป็นค่อยไป ดังนั้นสิ่งที่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคนธรรมดาควรเร่งสะสมพลังอย่างจริงจังเป็น อันดับแรก คือ การสะสมและการแลกเปลี่ยน ทุนหน้าตัก ทั้ง 4 ด้าน อันได้แก่ ทุนความรู้ ทุนชื่อเสียง ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนเครือข่าย โดยเฉพาะทุนความรู้ซึ่งจากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าเป็นทุนที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากมีศักยภาพในการเปลี่ยนเป็นทุนด้านอื่นๆ แต่การสะสมกลับต้องใช้เวลานานและไม่มีใครสะสมแทนใครได้

อันดับสอง คนธรรมดาควรฝึกฝนการพูดปากต่อปากผ่านเครื่องมือการสื่อสารประเภทต่างๆ จนช่ำชอง เนื่องจากผลวิจัยชี้ว่าความสามารถในการฉวยใช้สื่อชนิดต่างๆ ตั้งแต่การสื่อสารแบบเห็นหน้า (face-to-face communication) สื่อการเขียน (literacy communication) สื่อกิจกรรม (activity media) สื่อวัตถุ (object media) สื่อสารมวลชน (mass media) โดยเฉพาะสื่อดิจิทัล (digital media) เนื่องจากเป็นสื่อที่คนธรรมดาสามารถเข้าถึงง่ายและยังมีลักษณะเอื้อให้การขับเคลื่อนประเด็นเกิดขึ้นได้อย่างกว้างขวาง อย่างไรก็ตาม เครื่องมือสื่อสารแต่ละประเภทต่างตอบจุดประสงค์ในการขับเคลื่อนประเด็นที่แตกต่างกัน ดังนั้น สื่อแบบผสมผสาน (mixed media) หรือการใช้สื่อหลากหลายชนิดเพื่อตอบจุดประสงค์ในการต่อสู้อาจเป็นแนวทางการใช้สื่อเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีที่สุดในความเห็นของผู้วิจัย

เมื่อคนธรรมดาฝึกฝนตนเองจนมีสำนึกวิพากษ์ สามารถวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ และรวบรวมพลังเพียงพอที่ยกระดับไปสู่การลงมือต่อสู้แล้ว คนธรรมดาควรรอคอย จังหวะและโอกาส ซึ่งเอื้อให้ผู้ต่อต้านสามารถเปลี่ยน ความปกติ ของชีวิตประจำวันให้กลายเป็น ความไม่ปกติ เพื่อลั่นระฆังการต่อสู้ (กรณี ป้าทุบรถ เมื่อรถกระบะมาจอดหน้าบ้านก็เป็น จังหวะและโอกาส ซึ่งกลุ่มป้าทุบรถ นำขวานไปทุบเพื่อเปลี่ยนสถานการณ์ ปกติ ให้กลายเป็น ไม่ปกติ)

3. การขยายพลังแห่งการต่อต้าน

การเปลี่ยน ความปกติ ให้กลายเป็น ความไม่ปกติ นั้นช่วยให้สังคมหันมาสนใจการเรียกร้อง แต่หากขาด สาร (message) ที่ถูกสร้างสรรค์อย่างคมคายและมีกลยุทธ์ ก็ยากที่

การเคลื่อนไหวนั้นจะขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จ ช่วงนี้กลุ่มผู้ต่อต้านควรสร้างสรรค์ อุบาย (tactic) ผ่ายกลยุทธ์ดังต่อไปนี้ หนึ่ง การจัดอันดับคู่ต่อสู้ (prioritisation) สอง การใช้เรื่องเล่า (story telling) สาม การผลิตวาทกรรมต่อต้าน (discourse of resistance) และสุดท้าย อุบายเพื่อสร้างประสบการณ์ร่วม (shared experience)

อุบายที่ถูกสร้างสรรค์อย่างชาญฉลาดและมีกลยุทธ์จะกลายเป็น สารตั้งต้น ที่ถูกสื่อสารผ่านเครื่องมือการสื่อสารต่างๆ จนก่อให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ของสังคม ดึงดูดให้เกิดผู้เข้าร่วมการต่อต้านมากขึ้น ซึ่งกลุ่มผู้ต่อต้านที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนประเด็นในความเห็นของผู้วิจัยคือกลุ่มผู้ต่อต้านออนไลน์

4. การต่อต้านผ่านสื่อดิจิทัลเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ

นอกจากสื่อดิจิทัลจะมีประสิทธิภาพในการขับเคลื่อนประเด็นให้กลายเป็นกระแสสังคมและนำพาไปสู่ความเปลี่ยนแปลงแล้ว ยังเปิดโอกาสให้ผู้ต่อต้านสามารถเข้าใช้พื้นสาธารณะนี้ได้ด้วย ราคาที่ต้องจ่าย (a price to pay) ค่อนข้างต่ำ กล่าวคือทั้งต้องจ่ายเงินน้อย สามารถหลบเลี่ยงการลงโทษจากฝ่ายผู้มีอำนาจ และยังสะดวกเพราะสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา

ด้านสถานะของกลุ่มผู้ส่งสาร กลุ่มผู้ต่อต้านต้องทำตัวเป็นผู้ก่อกวน (interventionist) ซึ่งเข้าไปรบกวนการรับรู้ทั่วไป (common sense) ของผู้รับสารให้เห็นว่าปัญหาบนท้องถนนไม่ใช่เรื่องปกติธรรมดา แต่เป็น “ความไม่ปกติ” ที่หน่วยงานราชการมีหน้าที่ดูแล โดยมีผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ (influencer) ที่ เปิดเผยตัวตนและมีชื่อเสียง เป็นหัวเรือใหญ่ในการผลักดันประเด็น

ขั้นการวางแผน ผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ต้องกำหนดเป้าหมายการต่อสู้ให้ชัดเจน เช่น การแก้ปัญหา การสร้างจิตสำนึก หรือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการทำงานของหน่วยงานราชการ กิจกรรมที่ผู้ต่อต้านควรทำต้องเริ่มจาก หนึ่ง การสร้างเครือข่าย (Movement as Social Network) เพื่อสร้างความรู้สึกสนิทสนมและใกล้ชิดให้แก่สมาชิก เตรียมความพร้อมเมื่อเกิดการต่อสู้ขึ้นจริง นอกจากนั้นผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์ที่เป็น หัวเรือใหญ่ ควรเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ทรงอิทธิพลออนไลน์รายอื่นๆ เพื่อขยายเครือข่ายออกไป สอง การเคลื่อนไหวแบบไร้รูปแบบ (‘Unconventional’ Action Repertoires) ด้วยการนำสารจากสื่อมวลชนกระแสหลักและสื่อออนไลน์มาดัดแปลงอย่างสร้างสรรค์เพื่อใช้วิพากษ์วิจารณ์ หรือล้อเลียนหน่วยงานราชการ และ สาม เคลื่อนไหวบนพื้นที่เฉพาะ (heterotopic) อย่างการเคลื่อนไหวบนพื้นที่ออนไลน์เพื่อหลบเลี่ยงจากการเอาผิดของหน่วยงานราชการ

ขั้นการสื่อสาร ผู้ต่อต้านไม่ควรจำกัดตัวเองอยู่แค่การต่อสู้บนพื้นที่ออนไลน์ แต่ควรขยายไปการสื่อสารเพื่อการต่อต้านไปยังพื้นที่ของสื่อมวลชนกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และพื้นที่ออฟไลน์ต่างๆ วิธีการสร้างสรรค์และดัดแปลงสารน่าสนใจที่ผู้วิจัยพบคือ หนึ่ง

การล้อเลียนและเสียงหัวเราะ เพื่อการลดความน่าเชื่อถือและดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้คนอื่น สอง การสะท้อนย้อนคิดถึงชีวิตประจำวันของตัวเอง เพื่อเปลี่ยน เรื่องส่วนตัว ให้กลายเป็น เรื่องสาธารณะที่เข้าถึงง่าย น่าติดตามและเกี่ยวข้องกับทุกคน สาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อทำให้เกิดประเด็นใหม่ๆ และเกิดฉันทามติว่าทิศทางการต่อสู้ควรไปในทิศทางใด

การสื่อสารที่ไม่ควรทำคือการนำเสนอประเด็นไปเรื่อยๆ โดยไม่ตามติดประเด็นจนสำเร็จเนื่องจากทำให้เกิดการบ่นซ้ำๆ ซึ่งทำให้คนทั่วไปเริ่ม ชินชา กับเหตุการณ์เหล่านี้และมองว่าเป็น ชีวิตประจำวันแบบใหม่ นอกจากนั้นการต่อว่าและการผรุสวาทนั้นอาจเป็นเทคนิคที่ดึงดูดผู้ต่อต้านเข้ามาได้มาก แต่ก็ต้องปิดท้ายด้วย การใช้เหตุผล เพื่อทำให้เกิดการถกเถียงต่อไป

ด้านกลยุทธ์การขับเคลื่อนสาร คนธรรมดาผู้ต่อต้านควรเริ่มจากการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์จึงเป็นขั้นตอนแรกของการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน ผู้ใช้ออนไลน์สามารถสร้างความเชื่อใจผ่านเทคนิค 3 ข้อคือ หนึ่ง การย้ำสารเดิมให้เห็นบ่อยๆ เพื่อให้ประเด็นเข้าไปอยู่ในกระแส สอง การแสดงความเชี่ยวชาญเพื่อสร้างความชอบธรรมให้แก่ผู้ผลิตสาร สาม การสร้างความมีส่วนร่วมผ่านการสื่อสารสองทางเพื่อให้สมาชิกเชื่อมความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ต่อมา ผู้ต่อต้านออนไลน์ควรสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของให้แก่สมาชิกเพื่อเปลี่ยน เรื่องของคนอื่น ให้กลายเป็น เรื่องของเรา ผู้ต่อต้านออนไลน์อาจใช้เทคนิค 3 ข้อในการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของได้แก่ หนึ่ง การสร้างประสบการณ์ร่วม สอง การเปลี่ยน ประเด็นสาธารณะ ให้กลายเป็น ประเด็นส่วนตัว และ สาม การสร้างสื่อล้อเลียน

และสุดท้าย ผู้ต่อต้านต้องสร้างอัตลักษณ์กลุ่มซึ่งนำไปสู่ความสามัคคี (solitary) เพื่อผลักดันประเด็นไปสู่ความสำเร็จอุบายที่ใช้เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มอันนำไปสู่ความสำเร็จคือการสร้างแคมเปญผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อันได้แก่ หนึ่ง การติดแฮชแท็ก (hashtag) สอง การทำแบบสำรวจ และสาม จัดกิจกรรมออฟไลน์

ผู้วิจัยอาจสรุปได้ว่าการต่อสู้บนโลกดิจิทัลเริ่มต้นด้วยการดึงดูดผู้คนเข้ามา *มุงดู* ประเด็นด้วยความบันเทิงรูปแบบต่างๆ (entertainment) แต่จะลงท้ายด้วยการถกเถียงด้วยเหตุผล เมื่อพื้นที่ดิจิทัลกลายเป็น เวทีสาธารณะ ที่เปิดโอกาสให้คนธรรมดาเข้ามาถกเถียงถึงประเด็นปัญหาโดยถูกแทรกแซงจากผู้มีอำนาจน้อย

Ref. code: 25615807300040CHL

6.4.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ถูกขีดเส้นด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลาการศึกษา ดังนั้น จึงมีประเด็นการศึกษาอีกหลายประเด็นที่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่ายังสามารถต่อยอดประเด็นต่อไปได้อีกมากดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก

จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการสื่อสารแบบปากต่อปาก (word of mouth communication) อันได้แก่ ข่าวลือ การซุบซิบนินทา และนิทานร่วมสมัย นั้นเป็นรูปแบบการสื่อสารที่ทรงอิทธิพลต่อสังคมไทยมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันแต่กลับมีการศึกษาถึงค่อนข้างน้อยในแวดวงวิชาการ อาจเพราะธรรมชาติหนึ่งของการสื่อสารแบบปากต่อปากนั้นมีลักษณะ จับไม่ได้ไล่ไม่ทัน คือ เสื่อมสลายง่าย กระจายตัวอย่างไม่เป็นระบบ และยากพิสูจน์ที่มาที่ไป ทำให้ผู้วิจัยไม่แน่ใจว่าควรใช้กรอบความคิดแบบใดเพื่อศึกษาการสื่อสารแบบปากต่อปาก ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้น่าจะเป็นแนวทางหนึ่งในการเข้าไปต่อขยายความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารแบบปากต่อปากให้กว้างขวางขึ้นในสังคมไทย

หากมองในการศึกษาระดับนานาชาติ ผู้วิจัยพบว่าการศึกษาเรื่องการสื่อสารปากต่อปากนั้นมีจำนวนมากพอสมควรแต่มักศึกษาในทัศนะว่า ข่าวลือ การซุบซิบ และนิทานร่วมสมัยเหล่านั้นเป็นภัยต่อความมั่นคงของรัฐบาล สังคม และประชาชนทั่วไป มีงานวิจัยเพียงจำนวนน้อยที่มองว่าการสื่อสารปากต่อปากอาจเป็นเพิ่มศักยภาพของคนธรรมดาในด้านต่างๆ งานวิจัยชิ้นนี้พยายามเปิดเผยว่าศักยภาพหนึ่งที่การสื่อสารปากต่อปากเพิ่มให้แก่คนธรรมดาคือศักยภาพในการขับเคลื่อนประเด็นเพื่อต่อต้านอำนาจของฝ่ายโครงสร้างอันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคม จึงยังมีช่องว่างทางการศึกษาอีกมากที่รอการต่อยอด

2. การต่อสู้ในชีวิตประจำวันกับประเด็นปัญหาที่ใหญ่ขึ้น

กรณีปัญหาความเดือดร้อนบนท้องถนนนั้นจัดเป็นปัญหาในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นเรื่องใกล้ตัวและอาจไม่ถูกกลุ่มผู้มีอำนาจใช้ยุทธศาสตร์ควบคุมอย่างหนักหน่วงมากนัก ผู้วิจัยจึงสนใจว่าหากลองยกระดับการศึกษาไปสำรวจประเด็นปัญหาที่ใหญ่ขึ้น เช่น การขับเคลื่อนเพื่อต่อต้านการเวนคืนที่ดิน การต่อต้านการปลูกสร้างคอนโดมิเนียมใกล้ที่พักอาศัย แล้ว แนวคิดเรื่องการต่อสู้ในชีวิตประจำวันยังสามารถนำมาใช้เพื่อขับเคลื่อนประเด็นปัญหาไปสู่ความสำเร็จได้อยู่หรือไม่

นอกจากนั้น เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้เน้นสำรวจยุทธศาสตร์ (strategy) ของผู้มีอำนาจมากนักเนื่องจากงานวิจัยนี้เน้นการเมืองระดับจุลภาค (micro politic) จึงยังมีช่องว่างสำหรับผู้ต้องการศึกษายุทธศาสตร์ (strategy) ของฝ่ายโครงสร้าง (structure) อีกมาก

3. การขับเคลื่อนประเด็นผ่านสื่อดิจิทัลเป็นหลัก

เนื่องจากกรณีตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จของงานวิจัยชิ้นนี้คือ ป้าทุบรถ ซึ่งต่อสู้ผ่านสื่อออฟไลน์ (offline media) เป็นหลัก ดังนั้นสถานะของสื่อดิจิทัลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้

จึงเป็น พระรองคนสำคัญ ซึ่งเป็นหนึ่งในเครื่องมือการสื่อสารที่ช่วยขับเคลื่อนประเด็นสู่ความสำเร็จ หากแต่จากข้อมูล ผู้วิจัยสรุปได้ว่าสื่อดิจิทัลเองมีศักยภาพในการกลายเป็น พระเอก เพื่อขับเคลื่อนประเด็นปัญหาได้เมื่อสังคมมีความพร้อมและมีตัวแปรสนับสนุน ตัวอย่างอันเป็นรูปธรรมเช่น กรณีการปฏิวัติอียิปต์ (Egyptian revolution) เมื่อปี 2011 เป็นตัวอย่างของการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ Twitter.com เพื่อก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างมาก ดังนั้น ผู้วิจัยรุ่นหลังอาจมีโอกาสศึกษาปรากฏการณ์นี้เมื่อสื่อดิจิทัลมีอิทธิพลมากขึ้นในอนาคต

Ref. code: 25615807300040CHL

รายการอ้างอิง

หนังสือ

กรมศิลปากร. (2547). *ชุมนุมพระลอ*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

กฤษณะ แสงจันทร์. (2558). *การกำหนดวาระประเด็นดาราผู้มีชื่อเสียงผ่านข่าวบันเทิงทางโทรทัศน์.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองและสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสาร ศึกษา.* กรุงเทพ: ภาพพิมพ์.

ชญาน์ทัต ศุภชลาศัย. (2556). *ความใกล้ชิดของความหมายแห่งชีวิต: สังคมวิทยาชีวิตประจำวัน* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.

ดำรงราชานุภาพ, สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระยา. (2557). *ชีวิตและงานของสุนทรภู่*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.

บุญสิริ สุวรรณเพ็ชร. (2538). *สำนวน สุภาษิตและคำพังเพยไทย*. กรุงเทพฯ: เอส แอนด์ เค บุ๊คส์.

พุทธเลิศหล้า, พระบาทสมเด็จพระ. (2510). *บทละครเรื่องรามเกียรติ์*. กรุงเทพฯ: องค์การค้าของคุรุสภา.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2515). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2493*. กรุงเทพฯ: ศาสนภัณฑ์.

วิสุทธิ์ โพธิแท่น. (2554). *แนวคิดพื้นฐานของประชาธิปไตย*, พิมพ์ครั้งที่ 3, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

สมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2529). *อนุสรณ์สุนทรภู่ 200 ปี*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์การพิมพ์.

วิทยานิพนธ์

บุญศรี ปราบณศักดิ์. (2526). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซุบซิบกับความร่วมมือในการพัฒนา: ศึกษาเฉพาะกรณีหมู่บ้านพระเพลิง ตำบลนกออก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์.

พัชณีย์ คำหนัก. (2548). *รูปแบบการต่อสู้ในชีวิตประจำวันของกรรมกรไทย: ศึกษากรณีโรงงานในจังหวัดสมุทรปราการ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะรัฐศาสตร์

เอกสารอื่นๆ

เกษม ศิริสัมพันธ์. (2525). *"การทบทวนสถานการณ์และปัญหาด้านการสื่อสารในประเทศ."* ในบทถอดเทป การสัมมนาระดับชาติว่าด้วยนโยบายการสื่อสารและปัญหาการสื่อสารในชนบทในประเทศไทย 26-28 สิงหาคม 2525, หน้า 1-12. กรุงเทพมหานคร: สำนักเลขาธิการคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.

ศิริขวัญ ไผทรักษ์ และ ษัษฐรัมย์ ธรรมบุษดี. (2556). *การต่อสู้ในชีวิตประจำวันของแรงงานข้ามชาติภายใต้กระแสเสรีนิยมใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบแรงงานข้ามชาติชาวกัมพูชาในสมุทรปราการและแรงงานข้ามชาติเมียนมาในภูเก็ต.* โครงการวิจัยได้รับการสนับสนุนจากกองทุนวิจัยคณะวิเทศศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรพินธุ์ พัวพันสวัสดิ์. (16 กุมภาพันธ์ 2558). แนวคิดทางการเมืองเรื่องการขัดขืนต่อต้าน (Resistance). *ประชาไท*. สืบค้นจาก https://prachatai.com/journal/2015/02/57955

กลุ่มต้านพ.ร.บ.คอมฯเฟซโชว์ผลงานโจมตีกต. (22 ธันวาคม 2559). *สนุกดอทคอม.* สืบค้นจาก https://www.sanook.com/news/2139878

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, ศ. ดร. (12 มีนาคม 2552). *การสร้างคน กลไกการรักษาความสำเร็จอย่างยั่งยืน.* สืบค้นจาก http://www.kriengsak.com/node/1849

แกลเลอรีรูปภาพ ดูกันจะๆ ป้ายหน้าบ้านป้าทุบรถ. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *สนุกดอทคอม.* สืบค้นจาก https://www.sanook.com/news/5407814/gallery

"ขวานทุบรถ" เปลี่ยนชีวิต 10 ปี การต่อสู้กับตลาดไร้ใบอนุญาต. (22 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยพีบีเอส*. สืบค้นจาก https://news.thaipbs.or.th/content/270467

เขตประเวศยืนยัน! "5 ชื่อเจ้าของตลาด" รอบบ้านป้าทุบรถ. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *โพสต์ทูเดย์.* สืบค้นจาก https://www.posttoday.com/social/general/541174

คงต้องทน! เปิดใจเพื่อนบ้านป้าทุบรถ หลังผู้ค้าขยับจากจุดเดิมไม่ถึง 50 ม. (11 มีนาคม 2561). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/society/1224997

'คนเดินเท้า' ร้อง กทม.แก้ไขทางเท้าบีทีเอสหมอชิต เพราะน้ำท่วมขัง. (27 ตุลาคม 2561). *วอซ์ส ทีวี*. สืบค้นจาก https://voicetv.co.th/read/H1rNUFZ3m

ความเชื่อกับความใช่ คำสาปแช่ง. (21 สิงหาคม 2553). *ดีเอ็มซี*. สืบค้นจาก http://question.dmc.tv/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B9%81%E0%B8%AB%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1/20100818_bua_patum71.html

ความในใจป้าทุบรถ เมื่อขวานมีอานุภาพมากกว่ากฎหมาย. (23 กุมภาพันธ์ 2561). *เดอะ สแตนดาร์ด เดลี่*. สืบค้นจาก https://thestandard.co/thestandarddaily-special-ep

คลิปป้าทุบรถ (ต่อ). (19 กุมภาพันธ์ 2561). *ทีเอ็นเอ็น สเตชั่น*. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=Ey1NX5iqQy4.

คุก 15 วัน สาวจอดรถขวางหน้าบ้าน ป้าทุบรถ ไม่เคยต้องโทษ รอลงอาญา 1 ปี. (26 พฤศจิกายน 2561). *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/economy/news-255920

คุณถาม ป้าตอบ. (22 กุมภาพันธ์ 2561). *The Standard Daily*. [Facebook]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/thestandardth/videos/1834409193518631/

เคาะประตูบ้านรณรงค์ ‘จอดรถถูกกฎ เพื่อลดอุบัติเหตุ’. (20 พฤศจิกายน 2560). *คมชัดลึก*. สืบค้นจาก http://www.komchadluek.net/news/crime/302873

ใครเป็นเจ้าของตลาดที่อยู่ข้างบ้านป้าหัวร้อนฟันรถขวางหน้าบ้านครับ. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *พันทิป*. สืบค้นจาก https://pantip.com/topic/37393610

งานเข้า! เมื่อ “มะตูม” กำลังเมาท์มอยป้าทุบรถแล้ว “2 ป้า” โผล่มาพอดี. (23 กุมภาพันธ์ 2561). *IG DaraThai*. [วีดิโอออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=zQd7FtTaT8o

จวกยับแม่ค้า! แห่จองฟุตปาธใกล้สะพานพระราม 9 หวังขายเทศกาลลอยกระทง. (22 พฤศจิกายน 2561). ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นจาก https://mgronline.com/onlinesection/detail/9610000116759

จันจิรา สมบัติพูนศิริ. (20 กรกฎาคม 2560). ‘เผด็จการไม่ชอบถูกล้อ’ คุยกับ ผศ.ดร.จันจิรา สมบัติพูนศิริ. *The Matter*. สืบค้นจาก https://thematter.co/pulse/humour-as-resistance-interview/30100

เจเอส 100 โพสต์ แอนด์ แชร์. (21 กุมภาพันธ์ 2561). ดูให้ชัด! หน้าบ้าน #ป้าทุบรถ มีป้ายอะไรประกาศเอาไว้บ้าง. *ไลน์ ทูเดย์*. สืบค้นจาก bit.ly/2Jc2eLX

'เจี๊ยบ' หนุนชาวเน็ตช่วยป้า ติงเซลฟี่หน้าบ้านไร้คุณภาพ!, (21 กุมภาพันธ์ 2561), *เดลินิวส์*. สืบค้นจาก https://www.dailynews.co.th/regional/628625

"จ่าพิชิต" ชี้เฟซบุ๊กไม่จัดเรตไลฟ์สด เปิดช่องโชว์เปลือยลิงก์เว็บพนัน. (8 กุมภาพันธ์ 2560). *PPTV HD 36*. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=bjwRbA_HTlw

จำคุก จยย. 2เดือน ชนนร. บนทางเท้า, (24 มกราคม 2562), *ไทยโพสต์*. สืบค้นจาก https://www.thaipost.net/main/detail/27352

ชมรมจักรยานเพื่อสุขภาพแห่งประเทศไทย. (24 กรกฎาคม 2558). *"บาทวิถี" วิถีบริโภคและวิถีชีวิต.* สืบค้นจาก http://www.thaicyclingclub.org/en_US/%E0% B8%9A%E0%B8%97% E0%B8%84%E0 %B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1/2015/07/24/6917

เดี๋ยวเจ๊เต่าจะเล่าให้ฟัง (n.d.). in *Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/jjtaojaklaohaifang

ตูมมมมมมม!!!!. (22 กุมภาพันธ์ 2561). *Pixel Crazy 8bit*. [Facebook]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/PixelCrazy8bit/photos/a.263621820448630/1263742047103264/?type=3&theater

ตร.แจ้ง 2 ข้อหา จยย.พุ่งชนคนบนทางเท้า คู่กรณีลั่นไม่ยอมความ. (15 กุมภาพันธ์ 2562). *เวิร์คพอยน์ นิวส์*, . สืบค้นจาก http://bit.ly/2XSw5g5

"ต้องแก้สันดานด้วย!"ผู้ว่าฯอัศวินฝากถึงจักรยานยนต์ขี่บนทางเท้า. (27 พฤศจิกายน 2561). *Posttoday*. สืบค้นจาก https://www.posttoday.com/social/general/572143

โตมร ศุขปรีชา. (10 สิงหาคม 2561). ว่าด้วยการเดิน และความแตกร้าวของแผ่นปูพื้นถนน. *Powerism, The Matter*. สืบค้นจาก https://thematter.co/thinkers/walkability-city/57058?fbclid=IwAR1Kp7mnlSY7Fh1tSunj1L_N8eN6qauFtRzW3bxgN5E5PJ0Tao-GmzYkJcM

ถนนโลกพระจันทร์ อ.ขุนหาญ-อ.กันทรลักษ์ ศรีสะเกษ เป็นหลุมเป็นบ่อมานานหลายปี. (18 มิถุนายน 2562). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news /local/ 1593675

ทนทุกข์สุดกลั้น! ไขข้อคาใจ รื้อได้ไหม 5 ตลาดล้อมบ้านป้าทุบรถ?. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/scoop/1209427

ทนายคู่ใจ (n.d.). *in Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/applawyer

ทำไมป้าที่ทุบรถไม่ขายบ้านออกไป ทนอยู่ทำไมตั้ง 10 ปี เป็นเราๆ ถ้าขายได้หลัก 100-200 ล้านไป ดีกว่า. (22 กุมภาพันธ์ 2561). *พันทิป.* สืบค้นจาก https://pantip.com/topic/37399388

ทีมป้าทุบรถ. (n.d.). in *Facebook* [Fan page]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/%E0%B8% 97%E0%B8%B5%E0%B8%A1%E0%B8%9B%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%9A%E0%B8%A3%E0%B8%96-146258519399742/

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (9 ธันวาคม 2559). ข่าวลือ. *มติชนออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/featured/article_10624

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (19 มีนาคม 2553). คำหยาบและความรุนแรง. *มติชนออนไลน์*. สืบค้นจาก http://botkwamdee.blogspot.com/2012/03/n-road.html

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (9 สิงหาคม 2558). ประวัติศาสตร์ความเสมอภาคในสังคมไทย. *มติชนสุดสัปดาห์ ออนไลน์*. สืบค้นจาก http://bit.ly/2Vrt3lA

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (5 มีนาคม 2553). รัฐธรรมชาติบนท้องถนน. *มติชนสุดสัปดาห์ ออนไลน์*. สืบค้นจาก http://botkwamdee.blogspot.com/2012/03/n-road.html

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (27 ตุลาคม 2559). วัฒนธรรมคอรัปชั่น. *มติชนสุดสัปดาห์ ออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com/in-depth/article_12941

บุศรินทร์ แปแนะ. (19 มิถุนายน 2561). จากอียิปต์ สู่มาเลเซีย มาถึงไทย สารพัดเสียงหัวเราะ เขย่าอำนาจเผด็จการ. *The Momentum*. สืบค้นจาก https://themomentum.co/egypt-malaysia-thailand-power-of-laugh

บ้านแสนสุข. (ม.ป.ป.). *อนุสาวรีย์บ้านบางระจัน.* สืบค้นจาก http://www.bansansuk.com/travel/bankrachan

เปิดใจ ป้าทุบรถ สุดอัดอั้น กดแตรเรียกเป็น ชม. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *เวิร์คพอยท์นิวส์.* [วีดิโอออนไลน์]. สืบค้นจาก จาก https://www.youtube.com/watch?v=wK28IWNoSog

เปิดคำสารภาพ! คนเคยจอดหน้าบ้านป้าทุบรถ ยันใจดี ขอแค่อย่าขวางประตู. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/content/1209727

เปิดอีกคลิป เจ้าของรถกระบะ เผชิญหน้า ป้ามือทุบรถ หลังจอดขวางบ้าน. (19 กุมภาพันธ์ 2561). *ข่าวสดออนไลน์.* สืบค้นจาก จาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_760999

ป้า “ซาร่า วินเชสเตอร์” เจ้าของบ้าน. (19 กุมภาพันธ์ 2561). *Major Group*. สืบค้นจาก http://bit.ly/2WCyDhH

'ป้าทุบรถ' แถลงระบายความอัดอั้น ถูกตลาดล้อมบ้าน สร้างปัญหาสารพัดนานนับ 10 ปี แม่ค้ายันไม่เกี่ยวกับตลาด แต่เป็นจิตสำนึกของผู้มาซื้อของ. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *เรื่องเล่าเช้านี้.* สืบค้นจาก https://morning-news.bectero.com/social-crime/21-Feb-2018/119322

'ป้าทุบรถ' เปิดใจใช้ขวานสับรถกระบะเพราะหน่วยงานรัฐพึ่งไม่ได้. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยโพสต์.* สืบค้นจาก https://www.thaipost.net/main/detail/3490?fbclid=IwAR00g85Vsn_eXxMZLMktV oUWtayiIrFPymdjOdaxpyCfVeAHvoZjOz-c6XA

ป้าทุบรถยังหวังความยุติธรรมคืนตลาดเป็นที่อยู่อาศัย ศาลปกครองนั่งพิจารณาคดีครั้งแรก. (10 พฤษภาคม 2561). *มติชนออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/local/crime/news_949900

ป้าทุบรถ แฉ! “อดีตผู้ว่าฯกทม.” แอบแก้กฎหมายเอื้อนายทุนเปิดตลาดรอบบ้าน. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *สปริงนิวส์.* สืบค้นจาก https://www.springnews.co.th/news/201839

ป้าทุบรถทำเกินกว่าเหตุ หรือ สู้เพื่อความเป็นธรรม?. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *ข่าวช่อง 8.* สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=WG-5hd3IKCs

ป้าทุบรถ เผยหมดเปลือก 10 ปี แสนทรมาน. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *บรรจง ชงข่าว, เวิร์คพอยน์.* สืบค้นจาก http://bit.ly/2JkbKwD

ป้าทุบรถสุดทน “รถจอดขวางหน้าบ้าน”. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *ถามตรงๆ กับจอมขวัญ, ไทยรัฐออนไลน์.* [วีดิโอออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=_H2C9Cqjcao&t=2111s

ป้าทุบรถแต่ตลาดพัง 3 แห่ง... Thailand Only. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *พันทิป ดอทคอม.* สืบค้นจาก https://pantip.com/topic/37397295

ป้าทุบรถ พร้อมสู้ต่อ หากกทม. ยื่นอุทธรณ์. (17 พฤษภาคม 2561). *PPTV.* สืบค้นจาก https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%94%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A3%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%99/81534

ปั่นเมือง (n.d.). *in Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/punmuang

ป้าอาจจะคิดในใจ... (19 กุมภาพันธ์ 2562). *ดราม่า แอดดิกต์.* สืบค้นจาก http://bit.ly/2vNUxmm

ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี. (5 พฤษภาคม 2558). *สิทธิและการต่อรองในการใช้พื้นที่บนท้องถนน.* สืบค้นจาก https://prachatai.com/journal/2015/05/59110

เปิดใจครั้งแรก !!! กับแอดมินเพจ “เฮ้ย นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์”. (23 พฤษภาคม 2561). *Thailand Friendly Design Expo* สืบค้นจาก thailandfriendlydesignexpo.com/?p=330246

ไปรษณีย์ไทยเปิดสะสมแสตมป์ชุดวันชาติ ครั้งแรกในรอบ 78 ปี. (2 ธันวาคม 2560). *ไบร์ท ทีวี*. สืบค้นจาก https://www.brighttv.co.th/latest-news/social/155156

ผอ.เขตเรียกถก 5 ตลาดรอบบ้านป้าทุบรถ สั่งปิดถาวร 3 แห่งไม่มีใบอนุญาต. (23 กุมภาพันธ์ 2561). *เรื่องเล่าเช้านี้*. สืบค้นจาก http://morning-news.bectero.com/social-crime/2018-02-23/119418

‘ไผ่ ดาวดิน’ เข้าเกณฑ์อภัยโทษแต่ยังไม่ระบุวันพ้นโทษ ต้องรอ 3 ผ่านจากกรรมการ. (7 พฤษภาคม 2562). *ประชาไท*. สืบค้นจาก https://prachatai.com/journal/2019/05/82365

ฝ่ายรายได้สำนักงานเขตมีนบุรี. (n.d.). *in Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/%E0%B8%9D%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%84%E0%B8%94%E0%B9%89-%E0%B8%AA%E0%B8%B3% E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B8%95%E0%B8%A1%E0%B8%B5%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B5-362439853882471

พระบาท นามเมือง. (22 กุมภาพันธ์ 2561). ป้าทุบรถ สะท้อนภาวะรัฐล้มเหลว. *ผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นจาก https://mgronline.com/columnist/detail/9610000018287.

พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล. (8 กุมภาพันธ์ 2560). ว่าด้วยความพังของวงการข่าว. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นจาก http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640284

พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. (3 ธันวาคม 2557). การเมืองกับข่าวลือ ในสังคมเผด็จการ: พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์. *ข่าวสดออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/view_newsonline.php?newsid=TVRReE56 WXhPVE14TkE9PQ==

เพจดังเปรียบเทียบฟุตปาธเอกชนทำ ผ่าน 10 ปียังไม่พัง!. (11 พฤษภาคม 2561). *ข่าวสดออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/monitor-news/news_1072761

เฟลไม่เฟล แบบนี้ก็ได้ใช่ไหม! เพจดังพาไปส่องที่นี่ 'ฟุตปาทไทยแลนด์'. (31 ตุลาคม 2560). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/society/1112929

เพื่อนสาวของรถกระบะที่ถูกทุบ ตรรกะป่วยมาก !!. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *พันทิป*. สืบค้นจาก https://pantip.com/topic/37395498.

เพิ่มโทษปรับขี่มอเตอร์ไซค์บนทางเท้าไม่ได้ผล? ล่าสุดชนนักเรียนเจ็บ. (27 พฤศจิกายน 2561). *วอยซ์ทีวี*. สืบค้นจาก https://voicetv.co.th/read/HkeWDE5AX

ฟังกันอีกครั้ง! ป้าทุบรถ เปิดใจ สู้กับ “ตลาด” นานกว่า 10 ปี. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *เนชั่นทีวี*. [วีดิโอออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=rvYaPBrVIVU

โพลชี้'ทำอะไรตามใจ คือไทยแท้' ต้นเหตุแหกกฎจราจร. (8 กรกฎาคม 2555). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/content/274275

ฟุตปาทไม่ปลอดภัย! ชาวเน็ตประณามคนขี่มอเตอร์ไซค์ชนนักเรียนบนทางเท้า. (27 พฤศจิกายน 2561). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/society/1430730

มะตูม ทำหน้าไม่ถูก! กำลังเม้าท์ ป้าทุบรถสร้างภาพ แต่เจอของจริง!. (24 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/entertain/news/1212520

เมินคำสั่งผู้ว่าฯ 3 ตลาดใกล้บ้านป้าทุบรถยังขาย แม่ค้ารับกลัวไร้ที่ทำกิน. (22 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1210817

แม่ค้าปากคลองตลาด ฮือต้านกทม. หอบดอกไม้ตั้งกำแพงปิดถนนประท้วงโวยนายกฯ คืนทุกข์ให้ ปชช. (2 กรกฎาคม 2559). *มติชนออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/politics/news_197122

แม่ค้าเผย “ป้าหัวร้อน” ไม่ชอบตลาด ฟ้องมาแล้วหลายคดี. (18 กุมภาพันธ์ 2561). *นิวส์ ทีวี*. สืบค้นจาก https://www.newtv.co.th/news/11896

แม่ค้าชาวไทย ยังฝืนคำสั่งศาล. (28 พฤษภาคม 2561). *ทีมป้าทุบรถ*. [Facebook]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=168880920470835&id=146258519399742.

'แมสเซนเจอร์' ชนนักเรียนบนทางเท้า รับผิดทุกข้อหา. (29 พฤศจิกายน 2561). *วอยซ์ทีวี*. สืบค้นจาก https://voicetv.co.th/read/Bko7OshCm

ไม่ดรามา! “จ่าพิชิต” เผยทุกวันนี้รายได้จากเพจไม่มาก แค่เดือนละ 4-5 แสน. (11 มิถุนายน 2560). *ผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นจาก https://mgronline.com/onlinesection/detail/9600000059369

ไม่รื้อเจอกัน! ป้าทุบรถจ่อฟันเขตประเวศ ปล่อยตลาดโผล่อีก-ทนาย ชี้ขัดคำสั่งศาล. (26 พฤษภาคม 2561). *อมรินทร์ทีวี*. สืบค้นจาก http://www.amarintv.com/news-update/news-9368/203217

ไม่เรียกร้อง ไม่มี “สิทธิ”. (25 กุมภาพันธ์ 2561). *มติชนสุดสัปดาห์*. สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/columnists/news_854763

มีร้อนๆ หนาวๆ แน่! คำต่อคำ ผอ.เขตประเวศ ตอบปมสร้างตลาดล้อมบ้านป้าทุบรถ. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/society/1209888

รถมอเตอร์ไซค์พุ่งชนเด็กนักเรียนบดินทร์ 3 ที่ยืนอยู่บน 'ทางเท้า'. (27 พ.ย. 2561). *เรื่องเด่นเย็นนี้ ช่อง 3*, . สืบค้นจาก https://www.facebook.com/RDNewsCH3/posts/1969045390063600

รถติดอะไร? สร้างรถไฟฟ้าหายนะถนนลาดพร้าว รีวิวจุดสาหัส เปิดทางเลี่ยงเซฟเวลา. (10 สิงหาคม 2561). *ไทยรัฐออนไลน์*, สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/scoop/1351689

ละเว้น หรือทุจริต? เปิดปมตลาดล้อมบ้านป้าทุบรถ โยง จนท.รู้เห็นเกือบ 10 ปี. (21 มีนาคม 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1212095

ลูกพ่อมาเอง! ยันมีคนตายเพราะ "ตลาดสวนหลวง" ขวางทางส่งโรงพยาบาลจริง. (23 กุมภาพันธ์ 2561). *ผู้จัดการออนไลน์*. สืบค้นจาก https://mgronline.com/onlinesection/detail/9610000018751

เลนพิเศษ! ของมอเตอร์ไซค์ไทยช่วงเวลารถติด ขับสวนกันมันส์เลยอย่างกับมอเตอร์คอส!. (23 พฤศจิกายน 2560). *ทีนิวส์.* สืบค้นจาก https://www.tnews.co.th/contents/381747

ศูนย์ 1555 รับแล้วประสาน. (19 มกราคม 2558). *ไทยรัฐออนไลน์*, สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/local/475597https://www.thairath.co.th/content/1209727.

ศิริรุ่ง ศรีสิทธิพิศาลภพ. (11 สิงหาคม 2559). ถอดรื้อมุมมองอุบัติเหตุบนท้องถนน ไม่ใช่แค่'เมา-หลับ-ซิ่ง-ซวย-ถนนลื่น'. *TCIJ.* สืบค้นจาก https://www.tcijthai.com/news/2016/11/scoop/6351

สกลธี ภัททิยกุล (n.d.). *in Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/%E0 %B8%AA%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%98%E0%B8%B5-%E0%B8%A0%E0%B8%B1% E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B4% E0%B8%A2%E0%B8%81%E0%B8%B8%E0%B8%A5-257079044342419

"สกลธี" ซัดกลับ "เพจฟุตบาทไทยฯ" หลังวิจารณ์จัดระเบียบทางเท้าคลาดเคลื่อน. (24 พฤษภาคม 2561). *โพสต์ทูเดย์.* สืบค้นจาก https://www2.posttoday.com/social/general/552215

สังคมเมืองกรุงยุค 4.0 ต้มบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป-ทำกับข้าวถูกร้องเรียน. (3 มกราคม 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1168082

สุดจะทน! ชาวบ้านนครพนมโวย ถนนไปที่ว่าการฯ พังเกือบ 5 ปี ไร้ปัญญาซ่อม-อ้างงบไม่มี. (9 สิงหาคม 2559). *มติชนออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.matichon.co.th/region/news_243250

สมาคมส่งเสริมความปลอดภัยและอนามัยในการทำงาน. (2019). *การเดินถนน และการข้ามถนนที่ถูกวิธี.* สืบค้นจาก http://www.shawpat.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id =641:-m-m-s&catid=49:-m---m-s&Itemid=203

สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร. (2562). สืบค้นจาก http://www.bangkok.go.th/dpw

สำนักงานกองทุนสนับสนุนและสร้างเสริมสุขภาพ. (2559). *อุบัติเหตุพรากชีวิต.* สืบค้นจาก https://www.thaihealth.or.th/Content/32514-%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%9A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%95%E0%B8%B8%E0%B8%9E%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%95.html

สำนักงานเขตบางแค. (2562). *อำนาจหน้าที่ของสำนักงานเขต.* สืบค้นจาก http://www.bangkok.go.th/bangkhae/page/sub/1853/%E0%B8%AD%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%88%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B8%95

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2556). *จำนวนอุบัติเหตุการจราจรทางบก.* สืบค้นจาก http://pitc.police.go.th/dirlist/dl.php?ph=/home/pitc/public_html/statistics/traffic/ summary/summary57/%E0%B8%88%E0%B8%A3%200070%20%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B9%88%E0%B8%A7%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%2057.pdf

สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2559). *รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์อุบัติเหตุบนท้องถนน พ.ศ. 2559.* สืบค้นจาก http://www.otp.go.th/uploads/tiny_uploads/PDF/2560-10/25601018-Safty2559.pdf

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2548). *หลักเกณฑ์การใช้เครื่องหมายวรรคตอนและเครื่องหมายอื่นๆ.* สืบค้นจาก http://www.royin.go.th/?page_id=629

สาวถูกทุบรถ รับผิดจอดขวาง อ้างเข้าใจเป็นบ้านร้าง ยันดำเนินคดีถึงที่สุด. (19 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* . สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1208335

หนุ่มเพื่อนบ้าน ป้าทุบรถ เผย ตนเสียพ่อไปจริง เหตุติดรถตลาด. (24 กุมภาพันธ์ 2561). *เวิร์คพอยท์นิวส์.* สืบค้นจาก https://workpointnews.com/2018/02/24/%E0%B8%AB%E0%B8%99%E 0%B8%B8%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E

หนุ่มเพื่อนบ้านป้าทุบรถ โผล่เล่าเหตุการณ์ เสียคุณพ่อเพราะไป รพ.ไม่ทัน เหตุรถติดตลาด!. (23 กุมภาพันธ์ 2561). *ข่าวสดออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_768519

หืออ!! โซเชียลจวกเละ คลิปแม่ค้าวิจารณ์ดุเดือด ปมป้าทุบรถเม้าส์กันสนุกปาก. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *Teenee.com*. *นิวส์.* สืบค้นจาก http://socialnews.teenee.com/penkhao/18243.html

อนาถใจสภาพ ฟุตปาธ ใช้อะไรปูเป็นได้ขนาดนี้ ยิ่งฝนตกเหมือนเหยียบกับดัก. (1 ตุลาคม 2561). *ข่าวสดออนไลน์*. สืบค้นจาก https://www.khaosod.co.th/around-thailand/news_1629612.

อดีตเจ้าหน้าที่ แฉเบื้องหลังตลาดรอบบ้านป้าทุบรถ ชี้มีคนในเอี่ยวเพียบ (มีคลิป). (21 กุมภาพันธ์ 2561). kapook.com. สืบค้นจาก https://hilight.kapook.com/view/168456

แอมเนสตี้ อินเตอร์เนชั่นแนล. (2561). *รายงานกิจกรรมประจำปี 2560*. สืบค้นจาก https://www.amnesty.or.th/files/3215/2852/2084/Amnesty_International_2560_th_Final.pdf

อัฎฮา โต๊ะสาน. (31 ตุลาคม 2553). *อัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์กับการเมืองเรื่อง “ความเป็นชาตินิยม”*. สืบค้นจาก https://prachatai.com/node/31690/talk

“อัศวิน” รับปากป้าทุบรถ! จะเร่งแก้ปมตลาดรุกบ้านโดยด่วน ลั่น ไม่กลัวอิทธิพล. (21 กุมภาพันธ์ 2561). *Springnews.* สืบค้นจาก https://www.springnews.co.th/news/201958

อัพเดท คดีต่อเนื่อง ป้าทุบรถ. (28 พฤศจิกายน 2561). *Debbie Saengyoktrakarn*. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/debbie.strakarn

อัญชลิตา สุวรรณะชฎ. (2555). *ปฏิบัติการของชีวิตประจำวัน.* สืบค้นจาก http://tpir53.blogspot.com

อ่านแล้ว..เบรกหัวทิ่ม!! คนเดินเท้าสุดเหลืออด พ่นข้อความด่าแหลก-ซัดแรง มนุษย์มักง่ายขี่จยย.บนฟุตปาธ?. (17 กรกฎาคม 2561). *ทีนิวส์*. สืบค้นจาก https://www.tnews.co.th/contents/471867

เอาอีกแล้ว มอเตอร์ไซค์ฝ่าฝืน ขี่บนทางเท้า ชนหนุ่มไลน์แมน บาดเจ็บ. (2562). สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/crime/1578773

เฮ้ย! นี่มันฟุตบาทไทยแลนด์ (n.d.). *in Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook. com/thailandfootpath

ฤทธิ์ขวานอาญาสิทธิ์ สะเทือนถึง กทม.เมื่อ 3 ป้าท้าสู้เจ้าหน้าที่รัฐ. (23 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/scoop/1211255

10 ที่ป้าทน ตลาดทำพิษ กฎหมายคุ้มครองไม่ได้ ป้าทุบรถ ออกโรง!. (22 กุมภาพันธ์ 2561). *เล่นใหญ่จัดใหญ่.* [วีดิโอออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=PoDgPMxFKBQ

2 จี พันทิป. (ม.ป.ป.). *ภาพยนตร์บางระจัน.* สืบค้นจาก https://2g.pantip.com/cafe/chalermthai/ newmovie/bangrajan/bangrajan.html

2 ป้าทุบรถ เจอ 3 ข้อหา ตำรวจนัดพบ 26 ก.พ.นี้. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *Spring News*. สืบค้นจาก https://www.springnews.co.th/news/201522

#ทีมป้า มาแรง! โซเชียลขอให้คดี 'ป้าทุบรถ' กระตุ้นจิตสำนึกคนมักง่าย. (20 กุมภาพันธ์ 2561). *ไทยรัฐออนไลน์.* สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/news/society/1208813

CSI LA (n.d.). in *Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก https://www.facebook.com/CSILA90210

Drama Addict (n.d.). in *Facebook* [Fanpage]. สืบค้นจาก http://bit.ly/2HissZK

Facebook เจาะพฤติกรรม”ชนชั้นกลางรุ่นใหม่”แรงผลักดันเศรษฐกิจอนาคต. (18 ตุลาคม 2561). *ประชาชาติธุรกิจ.* สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/ict/news-236515

Facebook ประเทศไทย ผลักดันธุรกิจบนโซเชียลฯ. (ม.ป.ป.). *digital age*. สืบค้นจาก https://www.digitalagemag.com/facebook-%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9% 80%E0%B8%97%E0

Top comment ป้าทุบรถผิดไหม? SaveoneKorat 18+. (27 กุมภาพันธ์ 2561). *ตลาดเซฟวัน SaveoneKorat*. สืบค้นจาก https://youtu.be/J7uIBpSwzZ0

Books

Allport, G. W., & Postman, L. J. (1965). *The psychology of rumor*. New York: Russell & Russell.

Amenta, E., & Caren, N. (2004). “The Legislative, Organizational, and Beneficiary Consequences of State Oriented Challengers.” in Snow, D. A., Soule, S. A. &

Kriesi, H. (Eds.), *The Blackwell Companion to Social Movements* (pp. 461-89). Oxford: Blackwell.

Barrow, T. (2008). *Digital orality: examining a new phase of oral communication*. Discourse and Technology/Digital Rhetoric.

Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. Cambridge, U.K: Cambridge University Press.

Bruner, J. S. (1998). *Acts of meaning. Cambridge*, Mass: Harvard University Press.

Conley, J. (2015). Mobile Worths: Disputes over Streets. In *The Organization of Transport: A History of Users, Industry, and Public Policy* (pp. 68-85). New York & London: Routledge,

Cooley, C. H. (1962). *Social Organization*. New York: Schocken Books.

Craig, J. J., & Form, W. (2006). "Social Movements and Social Change." in Janoski, T., Alford, R., Hicks, A., & Schwartz, M. A. (Eds.). *The Handbook of Political Sociology: States, Civil Societies, and Globalization* (pp. 331-49). Cambridge: Cambridge University Press.

de Certeau, M. (1988). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.

Debord, G. (1981). Theory of the derive. In Knabb, K. (Ed. and Trans.). *Situationist International anthropology* (pp. 63-64). Berkeley, CA: Bureau of Public Secrets.

Devis, K. (1972). *Human Behavior at Work: Human Relations and Organization Behavior* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.

Foucault, M., & Hurley, R. J. (1990). *The history of sexuality: Volume 1*. New York: Vintage.

George, R. (1992). *Sociological Theory*. New York: McGraw-Hill.

Goffman, E. (1963). *Stigma*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Hardin, R. (2006). *Trust.* New York: Polity.

Hollis, M. (1998). *Trust within Reason*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jay, T. (2000). *Why We Curse: A neuro-psycho-social theory of speech*. Massachusetts: John Benjamins Publishing Company.

Lang, K., & Lang, G. (1961). *Collective Dynamics*. New York: Crowell.

Lievrouw, L. A. (2011). *Alternative and Activist New Media*. Cambridge: Polity Press.

Ref. code: 25615807300040CHL

Marcus, G. (2002). *The Long Walk of The Situationist International*. Guy Debord and the Situationist International: Texts and Documents. Cambridge, MA: MIT Press.

McLuhan, M. (1966). *Understanding media; the extensions of man.* New York: Signet Books.

Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.

Morin, E. (1971). *Rumor in Orleans*. Translated by P. Green. New York: Pantheon.

Ong, W. J. (1971). *Rhetoric, Romance, and Technology: Studies in the Interaction of Expression and Culture*. Cornell University Press. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/10.7591/j.cttq43nf

Ong, W. J. (1982). *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London: Methuen.

Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge: Polity.

Phillip, H. P. (1966). *Thai Peasant Personality*. Los Angeles: University of California Press.

Robertson, D. (2002). *A Dictionary of Modern Politics*. London: Europa Publications.

Rosnow, R. L., & Fine, G. A. (1976). *Rumor and Gossip: The Social Psychology of Hearsay*. Elsevier.

Scott, J. C. (1992). *Domination and the arts of resistance: Hidden transcripts*. New Haven: Yale University Press.

Shibutani, T. (1966). *Improvised News: A Sociological Study of Rumor*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.

Shils, E. (1995). Mass Society and Its Culture, in O. Boyd-Barrett & C. Newbold. (Eds.), *Approaches to Media*. London: Edward Arnold.

Smith, W. (1893). *A Dictionary of Greek and Roman biography and mythology II*. Michigan: University of Michigan Library.

Swartz, D. L., & Zolberg, V. L. (2005). After Bourdieu: Influence, critique, elaboration. New York: Springer-Verlag.

Ref. code: 25615807300040CHL

Zizek, S. (2013). Answers Without Questions. In *The Idea of Communism 2.* London and New York: Verso.

Articles

Abraham, R. D. (1976). A Performance-Centered Approach to Gossip. *Man: The Journal of Chaucer Review, 11* (4), 319-327.

Assen, R. (2000). Seeking the 'counter' in counter publics. *Communication Theory, 10*(4), 424-446.

Caplow, T. (1947). Rumors in war. *Social Forces, 25*, 298-302.

Firth, R. (1956). Rumor in a primitive society. *Journal of Abnormal and Social Phycology, 53*, 122-132.

Hannerz, U. (1967). Gossip, networks and culture in a black American ghetto. *Ethnos, 32*, 35-60.

Heller, A. (1970). The Marxist Theory of Revolution and the Revolution of Everyday Life. *Télos, 6*, 212-223.

Hill, R. J., & Bonjean, C. M. (1964). News diffusion: A test of the regularity hypothesis. *Journalism Quarterly, 41*, 336-42.

Knapp, R. H. (1944). A psychology of rumor. *Public Opinion Quarterly, 8*, 22-37.

Kurzban, R., Rigdon, M. L., & Wilson, B. J. (2008). Incremental approaches to establishing trust. *Experimental Economics, 11*(4), 370-389.

Larsen, O. N. (1954). Rumors in a disaster. *Journal of Communication, 4*, 426-433.

Luyt, B., Tay, C. H. A., Lim, H. T., & Cheng, K. H. (2008). Improving wikipedia's accuracy: Is edit age a solution?. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 59* (2), 318-330.

Macnamara, B. N., Hambrick, D. Z. & Oswald, F. L. (2014). Deliberate practice and performance in music, games, sports, education, and professions: a meta-analysis. *Psychol Sci 25*(8), 1608-1618. DOI: 10.1177/0956797614535810.

Mayer, R. C., Davis. J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust. *The Academy of Management Review 20* (3), 709-734.

Pollard, A. F. (1915). Rumour and historical science in time of war. *Contemporary Revenue 107*, 321-330.

Rosnow, R. L. (1974). On rumor. *Journal of Communication 24*(3), 26-38.

Rousseau, D. M. (1998), Why workers still identify with organizations. *J. Organiz. Behav. 19*, 217-233. DOI:10.1002/(SICI)1099-1379(199805)19:3<217::AID-JOB931>3.0.CO;2-N.

Stolte, J. F. (1978). Power structure and personal competence. *Journal of Social Psychology, 106* (1), 83-93.

Suls, J. M. (1977). Gossip as social comparison. *Journal of Communication, 27*, 164-168.

Woolthuis, R. K., Hillebrand, B., & Noteboom, B. (2005). Trust, contract and relationship development. *Organization Studies 20*(6), 813-840.

Thesis

Karsenty, S. (2009). *Facebook and Information Trust: Facebook as a tool of information seeking and trust in the information gathered*. (Master's thesis). University of Gothenburg, Department of Applied Information Technology.

Electronic Medias

Arab Spring anniversary: When Egypt cut the internet (January 25, 2016). *Aljazeera*. Retrieved from https://www.aljazeera.com/indepth/features/2016/01/arab-spring-anniversary-egypt-cut-internet-160125042903747.html

Ballantine. (2019, March 7). *Facebook Algorithm Changes & What To Expect In 2019.* Retrieved from https://www.ballantine.com/2018-facebook-algorithm-changes-what-to-expect-in-2019.

Bargh, J.A., & McKenna, K.Y.A. (2004). The Internet and Social Life. *Annual Review of Psychology 55*, 573-590. Retrieved from http://www.uam.es/personal_pdi/psicologia/pei/download/ bargh2004.pdf/http://dx.doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141922

Bratt, M. (2019, April 30). On the record: All in good fun on April Fools' Day or fake news?. *The Media Online.* Retrieved from https://themediaonline.co.za /2019/04/all-in-good-fun-on-april-fools-day-or-fake-news.

Cherry, K.. (2019, April 2,). Color Psychology: Does It Affect How You Feel?. *Very Well Mind*. Retrieved from https://www.verywellmind.com/color-psychology-2795824.

Facebook Status. (n.d.). technopedia. Retrieved from https://www.techopedia.com/ definition/15442/facebook-status.

Fuller, T., & Mydans, S. (November 19, 2010). Thais Show Resolve at Protest 6 Months After Crackdown. *The New York Times*. Retrieved from https://www.nytimes. com / 2010/11/20/world/ asia/20thai.html.

Haines, A., Hernández, F., Henke, S., & Bingham, R. (2004). Effects of Road Baiting on Home Range and Survival of Northern Bobwhites in Southern Texas. *Wildlife Society Bulletin (1973-2006), 32*(2), 401-411. Retrieved from http://www.jstor. org/stable/3784981

Harris, R. (1973, September 24). The Presidency and the Press. *The New Yorker.* Retrieved from https://www.newyorker.com/magazine/1973/10/01/the-presidency-and-the-press.

How to Use Hashtag Analytics. (2012, January 1,). *Hashtag.org*. Retrieved from https://www.hashtags.org/how-to/search/how-to-use-hashtag-analytics.

Scott, J. C., Oger C., & Ferron, B. (2019, 15 July) *'When the revolution becomes the State it becomes my enemy again': An interview with James C. Scott,* The Conversation, Retrieved from https://theconversation.com/when-the-revolution-becomes-the-state-it-becomes-my-enemy-again-an-interview-with-james-c-scott-98488.

Scott, J. C., Benjamin, F. & Claire, O. (2019, June 26). 'When the revolution becomes the State it becomes my enemy again': An interview with James C. Scott. *The Conversation.* Retrieved from http://theconversation.com/when-the-revolution-becomes-the-state-it-becomes-my-enemy-again-an-interview-with-james-c-scott-98488

Scott, W. H. (2001). Street Life and City Space. *Encyclopedia of European Social History*. Retrieved from Encyclopedia.com: https://www.encyclopedia.com/international/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/street-life-and-city-space

Wirth, L. (1938). Urbanism as a Way of Life. *American Journal of Sociology 44*(1), 1-24. Retrieved from http://www.jstor.org/stable/2768119.

Wortman, M. (2013, October 29). When Mars Attacked 75 Years Ago—And Everyone Believed It. *Daily Beast.* Retrieved from https://www.thedailybeast.com/when-mars-attacked-75-years-agoand-everyone-believed-it.

Ref. code: 25615807300040CHL

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายวิศวัส ปัญญาวงศ์สถาพร
วันเดือนปีเกิด	23 ตุลาคม 2529
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2551: วารสารศาสตรบัณฑิต (หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
	ปีการศึกษา 2556: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ธุรกิจระหว่างประเทศ) มหาวิทยาลัยวูลลองกอง ประเทศออสเตรเลีย

Ref. code: 25615807300040CHL