

การสื่อสารกับพื้นที่สาธารณะ :

ทัศนะของ Habermas

กาญจนา แก้วเทพ

ที่มาของบทความ

สำหรับบรรยากาศสด ๆ ร้อน ๆ ในประเทศไทย นับตั้งแต่มีการประกาศรัฐธรรมนูญ ฉบับปี 2540 ที่ประกาศใช้เมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2540 ได้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างน้อยก็ในระดับ "แนวคิด" และ "บรรทัดฐาน" (Normative) เกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพของประชาชนที่ได้มีการระบุเอาไว้อย่างชัดเจนในมาตรา 39 และ 41 รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงหลักการเรื่อง "การเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุและโทรทัศน์" ซึ่งเท่าที่ผ่านมาในอดีตถูกรับรู้ว่าเป็น "ทรัพยากรของรัฐบาลแต่ละชุด" ให้กลายมาเป็น "ทรัพยากรของชาติ" (ซึ่งหมายถึงประชาชนทุก ๆ คน) และได้มีการระบุเป้าหมายการใช้ว่า จะต้องใช้ทรัพยากรดังกล่าวเพื่อประโยชน์สูงสุดของประชาชนทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในแง่หลักการและข้อตกลงร่วมกันระดับรัฐธรรมนูญ แต่สังคมก็ยังมีข้อถกเถียงกันอยู่ตลอดเวลาว่า ในภาคปฏิบัติแล้วประชาชนจะสามารถเข้ามาใช้คลื่นวิทยุเป็นช่องทางหรือเป็นเวทีในการเข้าร่วมกับชีวิตสาธารณะของสังคม (Public life) เช่น จะมีส่วนแสดงความคิดเห็นเมื่อยามที่รัฐบาลจะไปกู้เงินจาก IMF หรือไม่ ช่องทางนี้จะถูก

ตีพิมพ์ใน **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่** กาญจนา แก้วเทพ กิตติ กันภัย

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มบุคคลบางกลุ่มนำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวมากกว่าส่วนรวมในอดีตหรือเปล่า เป็นต้น

แต่ไม่ว่าจะมีข้อโต้แย้งอันใดก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็อาจถือได้ว่า เป็นหลักประกันที่ดีในระดับหนึ่งของการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่ต้องจัดช่องทางให้คนทุกคน ทุกกลุ่มได้มีโอกาสเข้ามาแสดงออกในพื้นที่สาธารณะ (public sphere)

แม้ว่าช่องทางที่จะใช้เป็นวิถีทางเข้าสู่พื้นที่สาธารณะอาจจะมีหลายช่องทาง (เช่นการใช้ห้องถนนเดินขบวน การใช้กำลัง ฯลฯ) แต่ทว่า ช่องทางที่ถูกนำมาใช้มากที่สุด ในสังคมมวลชน (Mass society) ที่มีปริมาณผู้คนจำนวนมากอาศัยอยู่ร่วมกัน แต่ทว่าขาดสายสัมพันธ์กันเช่นในชนบท ก็คือ สื่อมวลชน ทั้งนี้เนื่องจากศักยภาพของสื่อมวลชนเองที่สามารถแปรเรื่องที่เป็น "ส่วนตัว" (private) ให้กลายเป็น "ส่วนรวม" (public) (อำนาจในการ publicize) เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นพื้นที่ของ "บุคคลสาธารณะ" (public figure) เรื่องราวก็เป็นเรื่องสาธารณะ (public affair/public issues) สื่อมวลชนจึงเป็น "พื้นที่สาธารณะ" ที่สำคัญในสังคม

แต่ในอีกด้านหนึ่ง สื่อมวลชนก็เป็นลูกผสมระหว่าง 2 มิติคือ การเป็น **องค์กรทางธุรกิจ** (Enterprise) กับการเป็น **สถาบันเพื่อการให้บริการสาธารณะ** (Public interest/public service) คำถามที่สถาบันนี้ถูกตั้งอยู่เสมอก็คือ สัดส่วนและความสมดุลระหว่างมิติทั้งสองนั้นเป็นอย่างไรบ้าง มักมีเรื่องบ่นที่แสดงความไม่พึงพอใจกว่าสื่อมวลชนส่วนใหญ่เกือบทุกประเภทจะโอนเอียงไปเป็นธุรกิจการค้าและแสวงหาผลกำไรอย่างสูงสุดให้แก่เจ้าของ

กิจการและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยมีการแสดงภารกิจเพื่อสังคมเพียงเพื่อเป็นผักชีโรยหน้า และหากสัดส่วนดังกล่าวยังคงไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง ก็น่าสงสัยว่าการเปลี่ยนแปลงในตัวบทกฎหมายที่กล่าวมาข้างต้นจะสมฤทธิ์ผลที่จริงจังมากน้อยเพียงใด

เพื่อช่วยทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ทางสังคมที่กล่าวมาข้างต้น ในบทความนี้จะขอเสนอแนวคิดของ Jurgen Habermas นักวิชาการชาวเยอรมันผู้เป็นสมาชิกของสำนัก Frankfurt Habermas ได้เริ่มเขียนงานมาตั้งแต่ปีค.ศ.1960 และเป็นปัญญาชนที่ได้รับความสนใจอย่างมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากแนวคิดของ Habermas มีอยู่หลายด้าน ในที่นี้จะขอนำเสนอเฉพาะบางแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย ที่ได้กล่าวมาข้างต้น อันได้แก่ แนวคิดเรื่อง "ความเป็นเหตุเป็นผล" (Rationality) "ความทันสมัย" (Modernity) "พื้นที่สาธารณะ" (public sphere) และ "การสื่อสาร" (Communication) และนอกเหนือจากแนวคิดของ Habermas แล้ว ผู้เขียนจะรวบรวมแนวคิดของนักวิชาการท่านอื่น ๆ ที่มีความสนใจเรื่องการสื่อสารและพื้นที่สาธารณะมาประกอบด้วย

ขอแนะนำให้รู้จัก Habermas

ดังที่กล่าวมาแล้วว่า Habermas เป็นสมาชิกรุ่นที่ 3 ของสำนัก Frankfurt ซึ่งเป็นกลุ่มปัญญาชนที่สนใจการวิพากษ์วิจารณ์ระบบ ปัญญาชนสำนัก Frankfurt สร้างผลงานไว้มากในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ที่รู้จักกันในนามของ Critical Theory เนื่องจาก Habermas อยู่ในกลุ่ม Frankfurt เขาจึง

มีแนวคิดพื้นฐานบางประการร่วมกับสมาชิกท่านอื่น ๆ แต่ในเวลาเดียวกัน Habermas ก็มีจุดยืนเฉพาะตัวที่แตกต่างจากนักคิดท่านอื่น ๆ

ปัญญาชนสำนัก Frankfurt มีแนวคิดพื้นฐานที่สืบทอดมาจาก ประเพณีของนักคิดเยอรมันรุ่นบรรพบุรุษ เช่น Hegel & Kant (German Tradition) ซึ่งเป็นกระแสแนวคิดแบบยุคแสงสว่างแห่งปัญญา (Enlightenment) บรรดาปัญญาชนยุโรปในศตวรรษที่ 19 ล้วนมีทัศนะพื้นฐานว่า พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของมนุษยชาตินั้นเป็นเส้นทางเดินจากความป่าเถื่อนไร้เหตุผล (Irrationality) มาสู่ความมีเหตุผล (Rationality) มากยิ่งขึ้นทุกที ตัวอย่างเช่น ระบบความคิดของคนได้พัฒนามาจากการปลดปล่อยความเชื่อที่มลายมาสู่ความเชื่อที่เป็นวิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นระบบคิดที่วางอยู่บนการใช้เหตุใช้ผล ในการจัดระบบระเบียบสังคมก็ได้พัฒนาก้าวหน้ามาจากการใช้กำลังกดขี่ข่มเหงกันมาเป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่ทุกคนต่างใช้เหตุผลเป็นเครื่องประกอบการตัดสินใจร่วมกัน พัฒนาการทางปัญญานั้นพุ่งเข้าสู่จุดสูงสุดในยุค Enlightenment พร้อมกับที่สังคมยุโรปได้ก้าวเข้าสู่สังคมยุคใหม่ (Modern Age) การเป็นสัตว์โลกที่รู้จักใช้เหตุใช้ผลจึงเป็นการพัฒนาศักยภาพอันสูงสุดที่มนุษย์มีเหนือกว่าสัตว์โลกชนิดอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการสำนัก Frankfurt ก็เห็นว่า ทัศนะพื้นฐานของปัญญาชนยุโรปในศตวรรษที่ 19 นั้นเป็นทัศนะที่ผิดพลาด ปรากฏการณ์การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ที่ฮิตเลอร์กระทำต่อชาวยิวพร้อมกับการให้ความร่วมมือของปัญญาชนเยอรมันผู้มีเหตุผล ได้แสดงให้เห็นว่ามนุษยชาติเรายังไม่ได้เดินไปไกลจากจุดเริ่มต้นเท่าใดนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำหลักการเรื่อง "ความมี

เหตุผล" มาวิเคราะห์ระบบทุนนิยมแล้ว ก็พบว่าระบบทุนนิยมเป็นระบบที่ "ไร้เหตุผลมากที่สุด เพราะในสมัยโบราณ มนุษย์เราที่ล้มตายเพราะความหิวโหยก็เนื่องมาจากสภาพการณ์ที่ขาดอาหาร แต่ในสังคมปัจจุบัน ในขณะที่อาหารมีอยู่เต็มตลาด เสื้อผ้าถูกผลิตออกมาอย่างล้นเหลือ แต่ก็ยังมีคนบางกลุ่มที่ต้องล้มตายเพราะขาดอาหารและเสื้อผ้า สำนัก Frankfurt ส่วนใหญ่จึงเห็นว่า ระบบทุนนิยมเป็นระบบที่ "ความมีเหตุผล" ได้ทรยศตัวเองเสียแล้ว (Betrayed rationality) (เราจะมองเห็นการลัดเลียดความมีเหตุผลของระบบทุนนิยมได้จากละครเสียดสีประเภท Absurdity ที่ตัวละครทุกตัวแสดงความรู้สึกระงอของชีวิต อันเป็นเนื้อแท้ของระบบทุนนิยม)

สำหรับ Habermas ในขณะที่เห็นด้วยกับการนำเกณฑ์เรื่อง "ความมีเหตุผล" มาใช้วิเคราะห์สังคมปัจจุบัน แต่ Habermas กลับให้คำตอบที่แตกต่างออกไป เขาเห็นว่า การที่ระบบทุนนิยมเป็นระบบที่ไร้เหตุผลนั้น ก็เนื่องจากเส้นทางการพัฒนาความมีเหตุผลของมนุษยชาตินั้นยังเดินทางไม่ถึงจุดหมายปลายทาง (Unfulfilled rationality) ภารกิจของมนุษยชาติจึงยังไม่สำเร็จจุลวง และมนุษยชาติจำเป็นต้องก้าวเดินต่อไปบนถนนที่ชื่อ "ความมีเหตุผล" นี้ แนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ก็เป็นข้อเสนออุปสรรคมอย่างหนึ่งที่มนุษยชาติจะสามารถดำเนินภารกิจเรื่องความมีเหตุผลให้จุลวงไปได้

ข้อแตกต่างอีกประการหนึ่งระหว่าง Habermas กับนักคิดท่านอื่น ๆ ในสำนัก Frankfurt ก็คือ การให้ความสำคัญกับ "เหตุผล" (Rationality) และ "อารมณ์ความรู้สึก/สุนทรียะ (Aesthetic/feeling) เนื่องจากนักคิดเช่น Adorno, Horkheimer นั้นสูญเสียศรัทธาในหลักการความมีเหตุผลไปแล้ว

ดังนั้นทางออกของนักคิดกลุ่มนี้จึงเสนอให้มีการฟื้นฟูมิติด้านสุนทรียะอารมณ์ ความรู้สึกขึ้นมาใหม่ สำหรับ Habermas นั้นกลับเลือกไปในอีกทางหนึ่ง และ Habermas ไม่ได้เชื่อว่า "เหตุผลเป็นเรื่องที่ใช้ไม่ได้" แต่คิดว่า "มนุษย์เรายังมีเหตุผลกันไม่เพียงพอต่างหาก" ดังนั้น Habermas จึงได้เลือกเส้นทางเดินสาย "ความมีเหตุมีผล" โดยเฉพาะในปริมณฑลทางการเมืองมาโดยตลอด

อย่างไรก็ตาม ในขั้นหลัง Habermas ก็ได้เริ่มปรับเปลี่ยนแนวคิดในระยะแรกไปบ้าง เนื่องจากเมื่อต้องเผชิญกับความเฟื่องฟูของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) ที่มีสัดส่วนของอารมณ์ความรู้สึกอยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นพิธีเปิดปิดกีฬาฟุตบอลโลก การทำสงครามถล่มอิรัก การรณรงค์เรื่อง Live Aid (1986) ฯลฯ อันล้วนแล้วแต่มีสีสันของอารมณ์ความรู้สึก/สุนทรียะมากขึ้นกว่าในระยะแรก

3 Rationality/3 Interest

จากแนวคิดเรื่อง "ความมีเหตุมีผล" ที่ได้กล่าวมาแล้ว Habermas ได้เสริมต่อว่า การกระทำทุกอย่างของมนุษย์นอกจากจะมีเหตุมีผลแล้ว ก็ยังมี "ผลประโยชน์" (interest) เกี่ยวพันอยู่ด้วย ความรู้ทุกอย่างที่มนุษย์ค้นคิดขึ้นมาก็ล้วนแล้วแต่ตอบสนองผลประโยชน์ในแง่ใดแง่หนึ่ง (ดังมีเนื้อหาปรากฏอยู่ในหนังสือของเขาชื่อ Knowledge and Human Interest, 1971) และเขาได้ใช้เกณฑ์ทั้ง 2 ชนิดมาใช้ในการวิเคราะห์สังคม

Habermas เสนอว่าในการวิเคราะห์จะต้องพิจารณากิจกรรมทางสังคมของมนุษย์ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 มิติ คือ

(i) **Work** กิจกรรมนี้จะเกี่ยวกับการใช้เหตุผลเพื่อพยายามที่จะจัดการกับธรรมชาติที่เรียกว่าเป็น strategic/instrumental rationality และเนื่องจากความพยายามจัดการกับธรรมชาตินั้นต้องใช้เทคนิควิทยาต่าง ๆ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจึงเป็น technical interest ตัวอย่างมากมายในการทำงานด้านเทคโนโลยีการสื่อสารล้วนแล้วแต่เกี่ยวข้องกับมิติ "work" นี้ทั้งสิ้น นับตั้งแต่เรื่องการพิมพ์ไปจนกระทั่งถึงดาวเทียม

(ii) **Interaction** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาและสัญญาต่าง ๆ ที่เรียกว่าเป็น communicative rationality เพื่อจัดการเรื่องความสัมพันธ์กับเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน ทั้งนี้เนื่องจากสังคมจะดำรงอยู่ได้ต่อเมื่อมีความเข้าใจกันและกัน การร่วมมือกันเท่านั้น ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม Interaction จึงเป็น practical interest ซึ่งมองเห็นได้ในการใช้เหตุผลเพื่อตีความหมาย (hermeneutic) เพื่อแสดงปฏิกริยา เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับคนอื่นในบริบททางสังคมต่าง ๆ เช่น ครอบครัว กลางถนน ที่ทำงาน ร้านอาหาร ฯลฯ Habermas เห็นว่า interaction นี้จะทำให้มนุษย์เคลื่อนเข้ามาใกล้อัตวิสัยของกันและกันมากขึ้น ที่เขาเรียกว่า intersubjectivity

(iii) **Power** เนื่องจากโครงสร้างสังคมทั้งที่เคยมีมาในอดีตและกำลังเป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นโครงสร้างที่มีการจัดลำดับชั้นทางสังคมลดหลั่นกันไป (social order) ทำให้มีการใช้อำนาจกระจายกันไปตามแต่ละลำดับชั้นอย่างไม่เท่าเทียมกัน อำนาจทางสังคมที่ไม่เท่าเทียมกันส่งผลให้เกิดการใช้อำนาจเพื่อครอบงำการสื่อสาร (ตัวอย่างง่ายที่สุดคือ มีแต่ผู้ใหญ่เท่านั้นที่พูดได้ เป็นผู้น้อยในหนึ่งเคยไว้ ข้าราชการชั้นผู้น้อยไม่มีสิทธิให้สัมภาษณ์สื่อมวลชน เป็น

ต้น) และทำให้การสื่อสารบิดเบือนไป (เช่นกรณีอีตเลอริปิดกันข่าวสารในเยอรมัน) แต่ในเวลาเดียวกัน ก็ได้มีการใช้อำนาจอย่างไม่เสมอภาคหรือไม่เป็นธรรม ที่นั่นก็จะมีแรงต่อต้านหรือแรงหนีจากการครอบงำนั้น ดังนั้นจึงมีผลประโยชน์ 2 ข้อที่เกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจคือ ผลประโยชน์ที่จะครอบงำ (domination interest) และผลประโยชน์ที่จะปลดปล่อยตนเองให้เป็นอิสระ (emancipatory interest)

เราอาจประยุกต์เอาตัวอย่างการวิเคราะห์มิติทั้ง 3 ของ Habermas มาใช้วิเคราะห์กิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวกับการสร้างเงื่อนไข เมื่อเวลาที่ฝ่ายรัฐบาลต้องการพลังงานจากกระแสไฟฟ้าก็จะมีโครงการสร้างเขื่อน โดยใช้กระบวนการแสวงหาความรู้ด้วยการทำวิจัยสำรวจข้อเท็จจริงต่าง ๆ เพื่อแสวงหาพื้นที่ที่เหมาะสมด้วยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ มิติดังนี้คือ "work" ที่ใช้ instrumental rationality ที่ตัดสินใจบน technical interest โดยอาจดูความเหมาะสมทั้งด้านกายภาพ ความคุ้มค่าในเชิงเศรษฐศาสตร์ ฯลฯ แต่สำหรับในสายตาของชาวบ้านที่จะต้องอพยพโยกย้ายเนื่องจากที่อยู่และที่ทำกินอยู่ในบริเวณที่จะสร้างเขื่อนแล้ว พวกเขาจะต้องใช้ความรู้แบบ practical interest คือต้องใช้การสื่อสาร (communicative action) เพื่อเจรจากับทางรัฐบาล เราเห็นข้อขัดแย้งระหว่าง rationality ทั้ง 2 แบบนี้ปรากฏอยู่เสมอ เช่น ในกรณีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจที่ฝ่ายรัฐบาลมองในแง่การเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร แต่ฝ่ายพนักงานจะมองเรื่องผลกระทบต่อชีวิตของเขา

เมื่อเกิดข้อขัดแย้งระหว่าง rationality 2 แบบนี้ มิติที่สามคือ Power ก็จะมาเข้ามามีตัวกำหนดกระบวนการคลี่คลายและผลลัพธ์ของปรากฏการณ์

ดังกล่าว เช่น ในกรณีที่รัฐบาลมีอำนาจเหนือกว่าชาวบ้าน รัฐบาลก็จะใช้อำนาจนั้นไปตัดสินใจโดยใช้เหตุผลเรื่องความรู้เชิงเทคนิคและผลักดันหรือไม่รับฟังเหตุผลเชิง practical interest ของชาวบ้าน โดยคาดหวังว่ากลุ่มคนที่มีอำนาจน้อยกว่าจะต้องปฏิบัติตามผลการวิจัยที่เป็นวิทยาศาสตร์ ตาม technical rationality (กรณีการย้ายคนขายของริมถนน การไล่รื้อชาวสลัม การอพยพชาวเขาจากพื้นที่บริเวณลุ่มน้ำ ฯลฯ) ล้วนแล้วเป็นกรณีที่น่าวิตกแนวคิดของ Habermas นี้ทั้งสิ้น) แต่ Habermas เห็นว่า ภายใต้โครงสร้างอำนาจที่ไม่เท่าเทียมเสมอภาคกันนั้นจะก่อให้เกิดความขัดแย้งไม่จบสิ้น ความสูญเสียจะเกิดขึ้นทั้งแก่ฝ่ายที่มีอำนาจมากและอำนาจน้อย (เช่น สร้างเขื่อนแล้วชาวบ้านมาระเบิดทิ้ง เป็นต้น) กลไกประการหนึ่งที่จะช่วยแก้ไขความขัดแย้งดังกล่าวคือ **การมีระบบการสื่อสารแบบเปิด** (open communication) ซึ่งจำเป็นสำหรับสังคมที่เสรีและเป็นประชาธิปไตยอย่างแท้จริง ระบบการสื่อสารแบบเปิดจะช่วยสร้างสมดุลให้เกิดการกระจายอำนาจไปยังทุก ๆ ส่วนที่เกี่ยวข้อง

ตารางสรุปผลประโยชน์ 3 ชนิดของสังคม

Type	Nature or Interest	Rationality	Associated Scholarship
Work	Technical	Instrumental	Empirical sciences
Interaction	Practical	Practical	History-hermeneutics
Power	Emancipatory	Self-reflection	Critical Theory

จาก Littlejohn, S.W. (199). *Theories of Human Communication* (sixth ed.) Wadsworth Publishing Company.

จากมิติทั้ง 3 ด้านของการวิเคราะห์สังคม Habermas เห็นว่าทั้งชีวิตมนุษย์และชีวิตสังคมจะพิจารณาและให้ความสำคัญเพียงด้านใดด้านหนึ่งไม่ได้ หากจะต้องให้ความสำคัญกับมิติทั้ง 3 ด้านไปพร้อม ๆ กัน มิฉะนั้นจะเกิดปรากฏการณ์ "ทุกคนแพ้นมด" ตัวอย่างเช่นในการค้นคิดผลิตยาแบบใหม่ซึ่งต้องอาศัยความรู้ทางเทคนิค แต่หากมีการนำเอายาตัวใหม่นั้นมาทดลองกับมนุษย์โดยไม่บอกให้ผู้ถูกทดลองรู้ กล่าวคือไม่มีระบบการสื่อสารแบบเปิด ก็จะไม่ได้รับความร่วมมือ ดังนั้น มิติ "Interaction" จะต้องควบคู่ไปกับ "Work" อยู่เสมอ ความเท่าเทียมเสมอภาคในมิติ "Power" จึงจะเกิดขึ้น

Habermas เสนอตัวแบบของสังคมอุดมคติว่า ในสังคมที่เป็นเสรี (emancipatory society) จะเป็นสังคมที่ถูกครอบงำโดยมิติใดมิติหนึ่งเท่านั้น และเนื่องจากในแต่ละมิติล้วนมีผลประโยชน์ (interest) ประเภท

ต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น ในสังคมที่เสรีทุกคนต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องผลประโยชน์จากมิติต่าง ๆ อย่างเท่าเทียมกัน กลไกทางสังคมกลไกหนึ่งที่จะสร้างสมดุลระหว่างมิติต่าง ๆ นั่นก็คือ "พื้นที่สาธารณะ" (public sphere) นั่นเอง เนื่องจากในพื้นที่สาธารณะนั้นคนทุกกลุ่มจะสามารถสื่อสารได้อย่างเต็มที่

สถานการณ์ที่เป็นปัญหาของสังคมปัจจุบันก็คือ การขาดความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ทั้ง 3 แบบ โดยที่ผลประโยชน์ด้านเทคนิคเข้าครอบงำเหตุผลด้านอื่น ๆ ทั้งหมด (เช่น เหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า ต้องรักษาเสถียรภาพทางการคลังการเงินของประเทศเอาไว้ก่อน-technical rationality-แม้ว่าจะต้องแลกด้วยตัวเลขของคนตกงานนับล้านคน-practical rationality) อาการที่สื่อแสดงถึงการเสียสมดุลของมิติผลประโยชน์ทั้ง 3 ก็คือ การที่พื้นที่สาธารณะไม่สามารถทำหน้าที่เป็นเกราะป้องกันการฉกฉวยผลประโยชน์ทางเทคนิคของคนบางกลุ่ม การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะมีแต่การสื่อสารเพื่อการครอบงำเท่านั้น ตัวอย่างรูปธรรมได้แก่ การปิดกั้นข้อมูลการทดลองยาที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์ เป็นต้น

ในทางอุดมคติ ผลประโยชน์ส่วนตัว (private interest) (ของเฉพาะกลุ่ม) และผลประโยชน์ระดับกว้างของส่วนรวม (public interest) ควรจะต้องสมดุลกัน โดยที่พื้นที่สาธารณะจะต้องเข้มแข็งพอที่จะไม่ปล่อยให้ผลประโยชน์ส่วนตัวของคนบางคนบางกลุ่มเข้ามามีครอบงำได้ ส่วนการที่พื้นที่สาธารณะจะแข็งแรงได้นั้น ก็ต้องการเงื่อนไขทางสังคมบางประการมารองรับ คือ การมีเสรีภาพทางความคิดและการถกเถียงกันบนหลักเหตุและผล ซึ่ง

ปัจจุบันสังคมส่วนใหญ่ยังขาดเงื่อนไขดังกล่าว (เราจะกล่าวถึงเรื่องพื้นที่สาธารณะในรายละเอียดในตอนต่อไป)

แนวคิดเรื่อง "การสื่อสาร" ของ Habermas

(1) ความสำคัญของ "การสื่อสาร"

แม้ว่า Habermas จะเป็นสมาชิกในกลุ่มสำนัก Frankfurt แต่ทว่าข้อเสนอเรื่องทางเลือกไปสู่สังคมใหม่ของเขาก็แตกต่างจากสมาชิกรุ่นก่อน ๆ ในขณะที่นักคิดรุ่นพี่เช่น Adorno, Horkheimer เสนอเรื่องปรัชญาแห่งจิตสำนึกว่าเป็นทางออกจากระบบสังคมปัจจุบัน Habermas กลับให้ความสนใจกับเรื่องความมีเหตุมีผลในการสื่อสารที่เรียกว่า communicative rationality ซึ่ง Habermas อธิบายว่า ด้วย communicative rationality นี้เองที่จะทำให้ "ความเป็นตัวตน" (selfhood) ทั้งระดับปัจเจกและระดับสังคมเกิดขึ้นได้ เพราะคนที่ต้องการเสรีภาพนั้น ต้องเป็นคนที่มีความตระหนักในความเป็นตัวของตัวเองเสียก่อน (สังคมเองก็เช่นเดียวกัน) นอกจากนั้นคุณูปการอีกประการหนึ่งของ communicative rationality ก็คือ หากมีการสื่อสารกันระหว่างคนในชุมชน จะทำให้แต่ละฝ่ายสามารถเข้าถึงอัตวิสัยของกันและกัน (Intersubjectivity) หรือพูดภาษาชาวบ้านว่า การพูดจากันทำให้เราเข้าถึงและเข้าใจกันและกัน ทำให้มีภาษาที่จะพูดกันรู้เรื่อง (intersubjective language) และสามารถบรรลุถึงข้อเห็นพ้องต้องกันได้ในท้ายที่สุด (consensus)

การให้ความสนใจกับ "การสื่อสาร" ในฐานะเครื่องมือของการเข้าสู่

ความมีเหตุมีผลและเสรีภาพนั้น ก็เนื่องมาจากข้อเท็จจริงที่ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับการสื่อสาร (ภาษา) นั้น มีอยู่ 2 ด้านที่ตรงกันข้ามแต่เกิดขึ้นควบคู่กันอยู่ตลอดเวลา ในด้านหนึ่งคนเราจำเป็นต้องสื่อสาร/ใช้ภาษาตามกรอบที่สังคมกำหนดมาให้ แต่ในอีกด้านหนึ่งในฐานะที่มนุษย์เป็นผู้ใช้ภาษามนุษย์เราก็มีอิสระที่จะสร้างสรรค์ภาษาให้แปลกใหม่จากกรอบออกไปอยู่เสมอ ภาษาจึงเป็นปริณทณที่ทำให้มนุษย์ได้มีโอกาสใช้อิสระเสรีภาพ

ด้วยเหตุนี้ Habermas จึงให้ความสนใจกับบทบาทของการสื่อสารดังที่ปรากฏอยู่ในหนังสือของเขาชื่อ *The Theory of Communicative Action* (1984/87) โดยให้ความสนใจกับสมรรถนะ (competence) ที่ฝังตัวอยู่ในขอบเขตความสามารถของภาษา (capacity of language) **การสื่อสารจึงเป็นเงื่อนไขสำคัญสำหรับการปลดปล่อยสังคมให้มีเสรีภาพ** เพราะ "ภาษา" จะเป็นวิถีทางที่ทำให้ emancipatory interest บรรลุผล

ในการนี้จำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขให้มนุษย์ได้พัฒนาสมรรถนะทางการสื่อสาร (communication competence) เพื่อจะได้ไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทุกระดับ คำว่า "สมรรถนะทางการสื่อสาร" นั้นหมายความว่า มีขีดความสามารถที่รู้ว่าจะใช้ภาษาอย่างไรให้เหมาะสมเพื่อบรรลุเป้าหมาย และสามารถโต้แย้งให้ถูกต้องได้อย่างไร

(2) Speech Act Theory

ถึงแม้เราจะได้กล่าวถึงความคิดของ Habermas ที่เกี่ยวข้องกับ "การสื่อสาร" มาหลายครั้งแล้ว แต่เนื่องจากทักษะพื้นฐานเกี่ยวกับ "การสื่อสาร/ภาษา" นั้นมีอยู่หลายทฤษฎี จึงจำเป็นต้องระบุว่า "การสื่อสาร" ใน

ความหมายของ Habermas นั้นจะวางอยู่บนทฤษฎีการสื่อสารแบบ Speech Act Theory ซึ่งเป็นทฤษฎีที่ไม่ได้ศึกษา "ภาษาในฐานะที่เป็นวัตถุที่หยุดนิ่ง" (เช่น หนังสือ ตัวอักษร ฯลฯ) หากแต่สนใจการใช้ภาษาที่แสดงออกในการกระทำ (Action)

ในทฤษฎี Speech Act จะแบ่งประเภทของการกระทำเชิงภาษาออกเป็น 3 ประเภทที่สามารถจะนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ได้ดังนี้

(i) **Constatives (Assertion)** เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อนำเสนอข้อความที่ใช้พิสูจน์ความจริง หรือยืนยันความเป็นจริง ตัวอย่างเช่น การเขียนบทความไปลงหนังสือพิมพ์เพื่อให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการสร้างเขื่อน(ที่ไต่ยกตัวอย่างไปแล้ว)โดยรวมรวบรวมตัวเลขสถิติต่าง ๆ ที่ประชาชนที่จะถูกอพยพต้องได้รับผลกระทบในแง่มุมต่าง ๆ การเขียนบทความดังกล่าวก็ถือได้ว่าเป็นการกระทำเชิงภาษาแบบ constatives

(ii) **Regulatives** เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาโดยตั้งใจจะให้เกิดผลลัพธ์บางประการติดตามมา ตัวอย่างที่เห็นชัดที่สุดคือ การกระทำเชิงภาษาในรูปแบบของการออกคำสั่ง การให้คำสัญญา ฯลฯ การกระทำเชิงภาษาในลักษณะนี้จะมีเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ภาษาที่จะไปกำหนดอิทธิพลของผลลัพธ์ที่จะตามมา เช่น การออกคำสั่งนั้นไม่ใช่ใครจะออกคำสั่งกับใครก็ได้ หรือแม้จะออกได้ ก็มีใ้ว่าจะมีผลลัพธ์ตามมาเหมือนกัน

(iii) **Avowals** เป็นการกระทำเชิงภาษาที่ออกแบบมาเพื่อต้องการแสดงความรู้สึกภายในของผู้พูด หรือต้องการตอกย้ำบางสิ่งบางอย่าง

(ตัวอย่างที่คุ้นเคยก็เช่นประโยคที่ว่า "คุณก็รู้นี่นาว่าผมเป็นคนยังไง ผมเป็นคนรักษาคำพูด พูดคำไหนแล้วก็ต้องเป็นคำนั้น") การกระทำเชิงภาษาในลักษณะนี้มักจะมีเรื่องอารมณ์ความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

แม้ว่าจะมีการแบ่งประเภทของ Speech Act ออกมาเป็น 3 ประเภทดังกล่าว แต่ทว่าในทางปฏิบัติ เมื่อเราหยิบภาษาในบริบทใดบริบทหนึ่งมาวิเคราะห์ เราก็อาจจะพบว่า ในภาษาชุดเดียวนั้น มีลักษณะทั้ง 3 อย่างปรากฏรวมอยู่พร้อม ๆ กัน อย่างไรก็ตาม การแยกประเภทของ Speech Act ออกจากกันนั้น ก็เนื่องจากว่าความเชื่อถือได้ (Validity) ของ speech Act แต่ละประเภทยังมีข้อเรียกร้องที่แตกต่างกันดังนี้

- **constatives** จะมีความน่าเชื่อถือได้เมื่อสามารถแสดงความเป็นจริงของข้ออ้างถึงได้ เช่น ที่มาของบรรดาศักดิ์ยศต่าง ๆ จะต้องระบุว่าเก็บมาจากกลุ่มตัวอย่างเท่าไร เป็นต้น
- **regulatives** จะใช้อย่างได้ผล กล่าวคือ มีผู้ปฏิบัติตามต่อเมื่อได้เป็นไปตามบรรทัดฐานที่เหมาะสม (norm) เช่น บรรทัดฐานที่ว่าหัวหน้าสายงานในฝ่ายเดียวกันเท่านั้นที่จะมีอำนาจสั่งการลูกน้องในสายงาน เป็นต้น
- **avowals** จะได้ใช้อย่างน่าเชื่อถือ เมื่อมีการรับรู้จากผู้พูดพูดออกมาอย่างจริงใจและซื่อสัตย์

จากหลักเรื่องความน่าเชื่อถือที่เป็นพื้นฐานรองรับ speech act แต่ละชนิดนั้น จะเห็นได้ว่า validity ดังกล่าวไม่อาจจะปะปนกันได้ ตัวอย่างเช่น

เมื่อสื่อมวลชนต้องการทราบข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการทุจริตในกระทรวง
สาธารณสุข speech act ที่สื่อมวลชนจะแสวงหาก็คือ constatives และไม่
อาจจะเอาความจริงหรือคำสาบาน (speech act ประเภท avowals) ของ
รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุขมาทดแทนได้ เป็นต้น

(3) Discourse

Habermas ใช้คำว่า "วาทกรรม" (discourse) ในความหมายที่ว่า
วาทกรรมเป็นการสื่อสารแบบพิเศษที่บรรดาคำพูดของผู้พูดจะต้องถูกท้าทาย
หรือถูกตั้งคำถาม (เช่น ประโยคที่ว่า "อย่ารักในวัยเรียน") วาทกรรมไม่
เหมือนกับประโยคที่เราพูดกันอย่างทั่วๆ ไปในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าเป็นข้อ
โต้แย้งอย่างเป็นระบบ (systematic argument) ที่เรียกร้องให้มีการแสดง
ความน่าเชื่อถือของบรรดาข้ออ้างและข้อสรุปต่างๆ (demonstration of
validity of claims) ตัวอย่างเช่น ให้แสดงหลักฐานที่ว่าเด็กนักเรียนที่มีความ
รักจะมีข้อเสียหยาอะไรบ้าง

วาทกรรมก็มีหลายประเภทที่แปรไปตาม speech act ที่ได้กล่าว
มาข้างต้นตัวอย่างเช่น

- **วาทกรรมเชิงทฤษฎี (Theoretical discourse)** วาทกรรม
เหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง (truth) หลักฐานที่ต้องนำมาอ้างอิง
ตัวอย่างเช่น ข้อโต้แย้งที่ว่า หากเด็กดูหนังโทรทัศน์ที่ก้าวร้าวมาก ๆ จะมี
พฤติกรรมเลียนแบบการก้าวร้าวตามไปด้วย วาทกรรมเชิงทฤษฎีจะโต้แย้ง
และเรียกร้องให้มีการแสดงหลักฐานการวิจัยสำรวจว่า มีเด็กเป็นจำนวนกี่
เปอร์เซ็นต์ที่เลียนแบบ เด็กที่เลียนแบบมีพฤติกรรมก้าวร้าวมาก่อนดูโทรทัศน์

หรือเปล่า เป็นต้น

● **วาทกรรมเชิงปฏิบัติการ (Practical discourse)** เป็นวาทกรรมที่เกี่ยวกับข้อตกลง/บรรทัดฐาน (norms) ที่ใช้กันอยู่ในกลุ่มนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น บรรทัดฐานระหว่างเจ้านายกับลูกน้องของคนไทยจะมีว่า "ยามดีก็ใช้ ยามไข้ก็รักษา" อันหมายความว่าความสัมพันธที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน ทั้งใช้ประโยชน์และทั้งคู่เพื่อให้สวัสดิการ ฉะนั้นเมื่อลูกจ้างต่อรองนายจ้างไม่ให้ลดยาเปิดโรงงาน ก็จะนำเอาวาทกรรมเชิงปฏิบัติการดังกล่าวมาเป็นข้อโต้แย้งหรือกรณีข้อโต้แย้งที่ชาวสลัมก็จะมีวาทกรรมเชิงปฏิบัติการที่ว่า "เมื่อเกิดเป็นคนไทยแล้วไม่มีแผ่นดินไทยจะให้อยู่ แล้วจะให้ทำอะไร" เป็นต้น

นอกเหนือจากวาทกรรมทั้ง 2 ชุดที่เป็นวาทกรรมในระดับขั้นแรกแล้ว ยังมีวาทกรรมในระดับสูงที่เรียกว่า High-level discourse อีก 2 ชนิด เช่น

● **Metatheoretical discourse** ในกรณีนี้คือสื่อสารต่างยกเอาหลักฐานข้อเท็จจริงของฝ่ายตนเองมาโต้แย้งกัน โดยที่หลักฐานและเหตุผลของแต่ละฝ่ายล้วนแตกต่างกัน ในท้ายที่สุดจะมีปฏิบัติการทางวาทกรรมอีกชุดหนึ่งที่มีระดับสูงกว่านั้นเข้ามาเกี่ยวข้อง คือ การตัดสินใจว่าทสรุปสุดท้ายของข้อเท็จจริงและเหตุผลนั้นเป็นอย่างไร เราจะพบเห็นวาทกรรมแบบ Metatheoretical ได้ในการปฏิบัติงานของกระบวนการศาลยุติธรรม

● **Metaethical discourse** ในขณะที่ practical discourse อาจจะมีระบุข้อตกลงไว้ว่า "หากมีการประทุษร้ายกันจนถึงแก่ชีวิต จำเป็นต้องมีการลงโทษผู้ทำร้ายให้ตายตกไปตามกัน" อย่างไรก็ตาม ข้อตกลงดังกล่าวก็ต้องมี

การพิจารณาอย่างละเอียดมากขึ้น เช่น กรณีของการทำแท้ง (แม้ทำร้ายลูก) หรือกรณี Mercy killing (เช่นแพทย์เอาสายยางหายใจผู้ป่วยขั้นสุดทำออกเพื่อให้พ้นจากความทรมาน)

Habermas แยกแยะวาทกรรมเหล่านี้เพื่อจะนำไปสู่ความคิดที่ว่า มีแต่สังคมที่มีเงื่อนไขการสื่อสารอย่างเป็นอิสระเท่านั้นที่จะสามารถสร้างวาทกรรมในระดับสูง ๆ ได้ ซึ่งสภาวะการสื่อสารดังกล่าวนี้ Habermas เรียกว่า Ideal speech situation ซึ่งเป็นสภาพการณ์สื่อสารที่มีคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ

- เป็นสภาพการณ์ที่ผู้สื่อสารสามารถพูดทุกอย่างออกมาได้โดยไม่มีข้อบังคับหรือข้อจำกัดอันใดมายับยั้ง
- เป็นสภาพการณ์ที่ปัจเจกบุคคลทุกคนมีโอกาสเข้าร่วมสนทนาได้อย่างเท่าเทียมกัน
- เป็นการสื่อสารที่อยู่ภายในบริบททางสังคมที่มีการกระจายอำนาจให้คนทุกกลุ่มทุกชนชั้นได้แสดงออก จะต้องไม่มี "ชนชั้นที่ไม่มีปากมีเสียง" ต้องไม่มีมาตรการกำราบให้ "สงบปากสงบคำ" ในสังคมนั้น ๆ

หากกล่าวโดยสรุป ideal speech situation นั้นวางอยู่บนความเชื่อที่ว่า "คำพูดนั้นจะจริงเมื่อได้พูดอย่างเป็นอิสระ และสัจจะจะเปิดเผยต่อเมื่อโอกาสที่จะได้สื่อสารนั้นมีอย่างเสมอภาคเท่าเทียมเท่านั้น"

เมื่อนำแนวคิดเรื่อง "วาทกรรม" ระดับต่าง ๆ ของ Habermas มาวิเคราะห์สภาพการณ์สื่อสารในสังคมปัจจุบัน Habermas ก็สรุปว่า สังคมปัจจุบันยังห่างไกลจาก ideal speech situation อย่างมาก ทั้งนี้เพราะปัจเจก

บุคคลที่กำลังใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในโลกแห่งชีวิต (life world) นั้น ไม่มีโอกาสที่จะได้พูดทุกอย่างอย่างที่ใจคิดโดยเสรี โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้คนจะมีความรู้สึกตั้งแต่ "น้ำท่วมปาก อัดอั้นตันใจ พูดไม่ออกได้แต่กรอกหน้า" ไปจนกระทั่งถึง "ถึงพูดไปก็ไร้ประโยชน์" "ไม่มีใครฟัง" หรือ "พูดไปก็ไม่อะไรเปลี่ยนแปลง" และในขั้นตอนที่ร้ายแรงที่สุดก็คือ ผู้คนไม่คิดแม้แต่จะตั้งคำถามกับโลกแห่งชีวิตที่กำลังเป็นอยู่ (ซึ่งก็คงไม่ต้องพูดไปถึงขั้นที่ว่า "จะมีอะไรมาพูด" เพราะ "เมื่อไม่คิดเสียแล้ว ก็เป็นอันว่าไม่มีปัญหาเรื่องการพูดออกมา) ทุกวันนี้ คนที่ถูกลดยแพ (Lay off) ออกจากงานไม่ตั้งคำถามกับระบบว่า ทั้ง ๆ ที่เขายืนยันแข็งอย่างเต็มที่ เหตุใดจึงต้องถูกออกจากงาน คนที่อยู่กับป่าอันอุดมสมบูรณ์มาตลอดหลายชั่วอายุคนไม่ตั้งคำถามว่า เหตุใดจึงถูกกล่าวหาว่า "ตัดไม้ทำลายป่า" เด็กนักเรียนไม่ตั้งคำถามว่า ทำไมต้องมีระบบ entrance ฯลฯ การไม่แม้แต่จะคิดตั้งคำถามเป็นอาการขั้นโคม่าของการไม่มีเสรีภาพทางการสื่อสาร Habermas เสนอว่า มันได้ขั้นแรกที่จะช่วยให้ก้าวออกจากสภาวะการนี้ดังกล่าวก็คือ ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการปลดปล่อย (emancipatory communication) อันได้แก่ รูปแบบวาทกรรมในระดับสูงซึ่งจำเป็นมากสำหรับการเปลี่ยนแปลงสังคมที่มีทิศทางในอันที่จะตอบสนองความต้องการของปัจเจกบุคคล

แนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" (public sphere)

(1) ความหมายของพื้นที่สาธารณะ

ความหมายของคำว่า "พื้นที่สาธารณะ" ประกอบด้วยคำ 2 คำ คือคำว่า "พื้นที่" และคำว่า "สาธารณะ" ความหมายของคำ 2 คำนี้ก็เหมือนคำ

ทั้งหลาย กล่าวคือ ถูกนิยามและถูกช่วงชิงคำนิยามไปมาอยู่ตลอดช่วงยุคสมัยประวัติศาสตร์ที่คนแต่ละกลุ่มได้มีอำนาจในการให้คำนิยาม

แต่หากเราหยุดภาพที่เคลื่อนไหวของคำนิยามทั้งสองเอาไว้ที่จุด ๆ หนึ่ง เราก็อาจจะตรวจสอบดูความหมายของคำทั้ง 2 ได้ดังนี้

คำว่า "พื้นที่" นั้นประกอบด้วยลักษณะที่เป็นทั้งรูปแบบและนามธรรม ใน**แง่รูปธรรม** "พื้นที่" หมายถึงอาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่ง (area) ที่มีการแบ่งกันเขตเอาไว้อย่างแน่นอน (boundary) เช่น พื้นที่ในโรงงาน พื้นที่ในบ้าน พื้นที่ในบริเวณวัด พื้นที่ในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ นอกจากนี้ความหมายรูปธรรมดังกล่าวแล้ว "พื้นที่" ยังมีความหมายทางสังคม-การเมือง-วัฒนธรรม ที่มีลักษณะเป็น**นามธรรม** เช่น หมายถึงเวที (ทางนามธรรม) ทางสังคมที่มีการช่วงชิงอำนาจ ตัวอย่างเช่น พื้นที่ทางวัฒนธรรมในสื่อสารมวลชน เมื่อเราพบว่าในละครโทรทัศน์จำนวนมากได้มีการนำเอาเรื่องราวที่มีคนไทยเชื้อสายจีนมาเป็นตัวเอก (เช่น ลอดลายมังกร กระต๋อมไม้ไผ่ เสน่ห์นางจิ้งจอก สามี ฯลฯ) นำเอาค่านิยมแบบคนจีนมาเชิดชู เราก็อาจจะกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนี้ คนไทยเชื้อสายจีนได้เข้ามาช่วงชิงพื้นที่ทางวัฒนธรรมไปแล้วระดับหนึ่ง เช่นเดียวกับเมื่อรายการโทรทัศน์ประเภท News & Talk Show ต้องเชิญผู้นำชาวบ้าน ตัวแทนชาวเขา ฯลฯ มาเล่าประสบการณ์ทำงานของเศรษฐกิจแบบพอเพียงและพึ่งตนเอง ในขณะที่เศรษฐกิจแบบฟอสฟุที่เคยยึดพื้นที่สาธารณะอยู่ต้องถอยร่นตกเวทีไป นี่ก็หมายความว่า ความรู้และภูมิปัญญาจากคนระดับรากหญ้า (grass-root) ได้เข้ามามีที่ทางในเวทีสาธารณะของสังคมแล้วในระดับหนึ่ง

สำหรับคำว่า "สาธารณะ" นั้น ในความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไป คือ คำว่า "ส่วนรวม" (public) ซึ่งมักจะถูกให้นิยามโดยเปรียบเทียบกับคู่ที่ตรงกันข้ามคือคำว่า "ส่วนตัว" (private) สำหรับความหมายของคำว่า "สาธารณะ" นี้อาจจะขยายออกไปถึงเรื่องผลประโยชน์ของส่วนรวมสำหรับคนหมู่มากหลากหลายกลุ่มที่อาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลประโยชน์ส่วนตัว (ปัจเจกหรือเฉพาะกลุ่ม) คำว่า "สาธารณะ" ก็มีนัยยะได้ 2 นัย เช่นเดียวกับคำว่า "พื้นที่" กล่าวคือสามารถแสดงออกในลักษณะรูปธรรม เช่น สวนสาธารณะ คือสวนของส่วนรวม และความหมายในเชิงนามธรรม เช่น ผู้นำชุมชนที่ทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่คำนึงถึงความสุขส่วนตัวเลย เป็นต้น

สำหรับคำนิยามเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ตามทักษะของ Habermas นั้น เขาได้นิยามว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ "ความรู้สึกเป็นส่วนรวม" (sense of public) แนวคิดนี้มีได้มีลักษณะเลือนลอบเป็นนามธรรม หากทว่าเป็นการปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย (cultural-embedded social practice)

(2) พัฒนาการของ"พื้นที่สาธารณะ"

ในหนังสือชื่อ The Structural Transformation of the Public Sphere (1989) Habermas ได้สืบค้นพัฒนาการของการปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัยของสิ่งที่เรียกว่า "พื้นที่สาธารณะ" โดยเริ่มตั้งแต่ยุคสมัยศตวรรษที่ 17 ในสังคมยุโรปที่ยังคงเป็นสังคมศักดินา พร้อม ๆ กับที่ชนชั้นกระฎุมพีเริ่มแตกหน่อขึ้นมา ในยุคศักดินา

นั้น มีแต่สถาบันกษัตริย์และสถาบันศาสนาเท่านั้นที่จะมีอิทธิพลในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะในทางการเมือง (public sphere in political society) หมายความว่า มีแต่ชนชั้นกษัตริย์ ชุนนางชั้นสูง และพระเท่านั้นที่มีอำนาจในการตัดสินใจกิจการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ เช่น การออกกฎหมาย การถืออำนาจครอบครองที่ดิน การผูกขาดความรู้และอำนาจผูกขาดการโฆษณาเผยแพร่ความรู้แก่สาธารณะ เป็นต้น และเพื่อที่จะรักษาอิทธิพลในพื้นที่สาธารณะทางการเมืองของตน รัฐ (กษัตริย์ ชุนนางชั้นสูง และพระ) ยังกำหนดอำนาจที่จะใช้ความรุนแรงปราบปรามคนกลุ่มอื่นที่รุกล้ำเข้ามาในพื้นที่สาธารณะดังกล่าว ตัวอย่างเช่น หากมีผู้เขียนหนังสือคัดค้านคำสั่งสอนทางศาสนา พระก็สามารถจะจับเข้าคุกได้ เป็นต้น (ในกรณีของสังคมไทยก็เช่น การห้ามเผยแพร่หนังสือ**ทรัพย์ศาสตร์**ของพระสุริยานุวัตร ในรัชสมัยของรัชกาลที่ 6 เป็นต้น)

ในระหว่างช่วงปลายศตวรรษที่ 17 ต่อกับศตวรรษที่ 18 เริ่มปรากฏการสร้าง "พื้นที่สาธารณะ" ของคนกลุ่มใหม่ในสังคม ใน**มิติของผู้กระทำ** กลุ่มคนที่เข้าร่วมในพื้นที่สาธารณะจะได้แก่พวกชนชั้นกลาง (พ่อค้า ข่างฝีมือ) ชุนนาง ปัญญาชน (แต่เป็นผู้ชายเกือบทั้งหมด) ที่มานัดพบปะกันตามร้านกาแฟ โรงเหล้า salon (คล้าย ๆ ห้องรับแขกในบ้านผู้มีฐานะ) (**มิติสถานที่**) เป็นที่น่าสังเกตว่าพื้นที่เหล่านี้เป็นเขตที่ค่อนข้างปลอดภัยจากอำนาจของกษัตริย์และศาสนาเนื่องจากสังกัดอยู่ในภาคประชาสังคม (civil society) ใน**แง่มิติการกระทำ** กิจกรรมที่กลุ่มบุคคลดังกล่าวจะกระทำคือ การนัดพบปะกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพูดคุยถกเถียงกันอย่างมีอิสระเสรีและให้เหตุผลในเรื่องกฎหมาย การเมือง การปกครองต่าง ๆ ของรัฐ การโต้แย้งกันนี้จะ

เป็นไปบนหลักความเสมอภาคเท่าเทียม โดยมีบทบาทของสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์เป็นศูนย์กลาง กล่าวคือ เรื่องที่พูดคุยกันจะเป็นประเด็นของผลประโยชน์ร่วมกันที่สมาชิกแต่ละคนได้รับข่าวสารมาจากหนังสือพิมพ์หรือเป็นการมาอ่านหนังสือพิมพ์ด้วยกัน (ปัจจุบันนี้ บรรยากาศในประเทศไทยที่พอเทียบเคียงให้เห็นพื้นที่สาธารณะดังกล่าวได้ก็เช่น สภากาแฟในจ.ตรัง)

อย่างไรก็ตาม การมาพบปะสนทนาแลกเปลี่ยนกันในประเด็นสาธารณะดังกล่าวนี้ ก็มีใช้การพูดคุยเพื่อถ่วงถ่วงประลองปัญญาแล้วก็จบสิ้นไป หากทว่าพื้นที่สาธารณะดังกล่าวได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ต่อสู่ทางการเมืองของชนชั้นกลางด้วย เพราะนอกจากการพูดคุยดังกล่าวจะเป็นช่องทางในการเปิดโอกาสให้สมาชิกในสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตสาธารณะ (public life) และยังสามารถตรวจสอบรัฐบาลที่กำลังปกครองอยู่ขณะนั้นด้วย (มิติน้ำที่) และหลังจากนั้นผลที่เกิดขึ้นหลังจากพูดคุยดังกล่าวก็คือ กลุ่มพื้นที่สาธารณะนั้นก็พาเอาข้อสรุป/ข้อเสนอไปต่อรองกับชนชั้นกษัตริย์และขุนนาง ซึ่งทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นขุนนางกับชนชั้นกรรมกรเปลี่ยนแปลงไป พื้นที่สาธารณะดังกล่าวจึงเท่ากับเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ชนชั้นกลางได้แสดงตัวในฐานะ "พลเมือง" (citizen) และได้รวมตัวกันเพื่อเป็นช่องทางเข้าไปร่วมกับชีวิตสาธารณะของสังคม

อาจกล่าวได้ว่าช่วงศตวรรษที่ 17-18 เป็นช่วงเฟื่องฟูของ "พื้นที่สาธารณะ" ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือการต่อสู้ของชนชั้นกลางที่ดำเนินการต่อชนชั้นศักดินา อย่างไรก็ดีตาม Habermas ก็ได้ค้นพบว่า หลังจากที่ชนชั้น

กระฎุมพีได้ชัยชนะแล้ว ชนชั้นกระฎุมพีก็ได้ค่อย ๆ แปรเปลี่ยนความหมายของพื้นที่สาธารณะจาก**มิติทางด้านการเมือง**มาเป็น**มิติด้านเศรษฐกิจ**

สังคม องค์ประกอบต่าง ๆ ของพื้นที่สาธารณะที่กล่าวไปข้างต้น เช่น มิติสถานที่ มิติผู้กระทำ มิติกิจกรรม ฯลฯ ได้เปลี่ยนแปลงไป ความหมายของพื้นที่สาธารณะก็ได้เปลี่ยนแปลงไปโดยสิ้นเชิง ปัจจุบันเมื่อได้กล่าวถึงพื้นที่สาธารณะ จึงหมายถึง "การกำหนดพื้นที่ให้โดดเด่นออกมาจากส่วนอื่น ๆ มีองค์ประกอบทางกายภาพที่แน่นอน เช่น สวนสาธารณะ ศูนย์การค้า (มอลล์) ร้านอาหาร ฯลฯ ในแง่**มิติการเข้าถึง** เป็นพื้นที่ที่ใคร ๆ ก็สามารถเข้าออกได้โดยไม่จำเป็นต้องแจ้งวัตถุประสงค์เพียงแต่อาจต้องมีกฎกติกา มารยาท

บางอย่าง (ซึ่งตรงกันข้ามกับพื้นที่ส่วนตัว) อย่างไรก็ตาม มิติที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากก็คือ **มิติของกิจกรรม** และ**มิติหน้าที่**ของพื้นที่สาธารณะดังกล่าว เนื่องจากกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่สาธารณะนั้นจะเป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ (ไปนั่งเล่นในสวนสาธารณะ) ไปชมศิลปะ ฟังดนตรี โดยไม่มีการโต้เถียงอภิปรายประเด็นทางการเมืองเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมดังเช่นในศตวรรษที่ 17 (แม้ว่ารอยต่อในยุคแรก ๆ ของสวนสาธารณะจะยังปรากฏให้เห็นว่ามีเรื่องการเมืองหลงเหลืออยู่ เช่น สวนสาธารณะในประเทศอังกฤษก็เปิดให้เป็นเวทีสาธารณะสำหรับการปราศรัยทางการเมือง "ไฮปาร์ค" ในกรณีของไทย ก็เช่น สนามหลวงที่ถูกใช้เป็นพื้นที่สาธารณะทางการเมืองแบบเฉพาะกิจ) หน้าที่ของ "พื้นที่สาธารณะ" แบบใหม่หลังจากชนชั้นกระฎุมพีได้อำนาจแล้วจึงหมดหน้าที่ของการเป็นเวทีต่อสู้ทางการเมืองเช่นที่เคยเป็นมาในอดีต

(3) จาก "ปริณิชนิตทางการเมือง" สู่ "ปริณิชนิตอื่น ๆ"

หลังจากที่ชนชั้นกระฎุมพีได้ก่อสร้าง "พื้นที่สาธารณะ" ซึ่งมีความหมายทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมขึ้นมาในปริณิชนิตทางการเมืองแล้ว หลังจากที่ดินชั้นนี้ได้ครอบครองอำนาจรัฐ ก็ได้ทำลายแนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ให้นายไป (หรือไม่อาจจะทำลายได้) แต่ได้แปรเปลี่ยนองค์ประกอบต่าง ๆ ความหมายและหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะให้ตอบรับกับความต้องการของสังคมในยุคสมัยต่าง ๆ

ตัวอย่างเช่น ในช่วงศตวรรษที่ 19 ที่ระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมกำลังขยายตัวอย่างสุดขีด ในด้านหนึ่งระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมได้ผลิตสิ่งของเครื่องใช้ออกมาอย่างมากมาย แต่ในอีกด้านหนึ่ง ระบบทุนนิยมก็ได้สร้างความเสื่อมโทรมให้แก่ชีวิตคนงานที่อยู่ในเมืองอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นสถานที่อยู่อาศัยอย่างแออัด สภาพแวดล้อมที่เป็นมลพิษในโรงงาน การขาดสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ ดังนั้น มาตรการทางสังคมที่รัฐทุนนิยมหยิบออกมาแก้ไขหรือบรรเทาความรุนแรงของปัญหาดังกล่าวก็คือ การจัดให้มีสวนสาธารณะเอาไว้เพื่อให้คนได้ออกมาพักผ่อนหย่อนใจนอกบ้าน (เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพอันแออัดในบ้าน) การจัดให้มีการแสดงดนตรีหรือการเล่นต่าง ๆ ในสวนสาธารณะ การมีโรงเดินรำรำนเหล้า/โรงเบียร์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งโรงหนังโรงละคร ฯลฯ ทั้งนี้เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตที่ย่ำแย่ของคนในเมืองให้ดีขึ้นในระดับหนึ่ง บริเวณพื้นที่ที่กล่าวมานี้ อาจถือได้ว่ามีคุณสมบัติบางประการของ "การเป็นพื้นที่สาธารณะ" ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้กำลังเกิดขึ้นเช่นเดียวกันในกรณีของกรุงเทพหรือเมืองใหญ่ๆ ที่มีลักษณะเป็นเมือง

อุตสาหกรรมมากขึ้น

นอกจากปัญหาเรื่องความเสื่อมโทรมของคุณภาพชีวิตแล้ว ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของสังคมเมืองยุคใหม่ก็คือ การสูญหายไปของ "ความมีชีวิตชีวา/การมีชีวิตกลุ่ม" ของผู้คน เนื่องจากลักษณะของคนที่ย้ายอยู่ในเมืองนั้น บรรดาสายสัมพันธ์ทางสังคมแบบเดิม ๆ (social bond) เช่น สายสัมพันธ์กับวัด สายสัมพันธ์กับเครือญาติ/เพื่อนบ้าน/ชุมชน/จะถูกตัดขาดหายไป คนที่อยู่ในเมืองจะมีสายสัมพันธ์แคบ ๆ สายเดียวที่หลงเหลืออยู่คือ ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว (Family life) ลักษณะดังกล่าวทำให้ชีวิตของคนในเมืองมีลักษณะโดดเดี่ยวมาก ดังที่ปรากฏในภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดจำนวนมาก นักสังคมวิทยาจึงเรียกสภาพของคนจำนวนมากที่มารวมกันที่อยู๋ในเมืองว่า "Lonely crowd" ด้วยเหตุนี้ แนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" จึงถูกนำมาใช้เพื่อสร้างสรรค์สายสัมพันธ์ในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสร้างสรรค์ความมีชีวิตชีวาในเมือง รูปแบบกิจกรรมที่นำมาใช้อาจจะเป็นการเป็นอาสาสมัครด้านสังคมสงเคราะห์ของสถาบันศาสนา การรวมตัวเป็นชมรมสมาคมต่างๆ (เช่น มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง ชมรมจ.ส.100 ฯลฯ) จนกระทั่งอาจจะมีการรื้อฟื้นถอยไปจนกระทั่งถึงการปลูกเสกเอา "พื้นที่รูปธรรม" จริง ๆ ที่เป็นศูนย์กลาง/ศูนย์รวมชีวิตของเมืองมาสร้างกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่ ตัวอย่างเช่น การสร้างลานบ้านลานเมืองในบริเวณเสาชิงช้าเพื่อเปิดให้มีการทำกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ร่วมกัน การรื้อฟื้นชุมชนสามแพ่งหรือบางลำพู เป็นต้น

พัฒนาการของแนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ยังคงจะดำเนินต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งในอนาคต ทั้งนี้เนื่องจากรูปแบบและทิศทางการเคลื่อนไหว

ทางสังคมในปลายศตวรรษที่ 20 นั้นได้หันเหไปจาก 3 ศตวรรษที่ผ่านมาอย่างมาก การเคลื่อนไหวทางสังคมนับตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมานั้นจะรวมศูนย์อยู่ที่การต่อสู้ทางการเมืองในปริณทณของ political society เช่น การต่อสู้ในพรรคการเมือง การแย่งชิงกันเป็นรัฐบาล ฯลฯ แต่ปัจจุบันนี้ ขบวนการใหม่ ๆ ที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคม (New Social Movement) ได้เลือกที่จะมาต่อสู้ในปริณทณของประชาสังคม (civil society) โดยไม่วางน้ำหนักไว้ที่การใช้อำนาจทางการเมืองของรัฐเป็นตัวแก้ปัญหา หากทว่าให้ความสนใจกับเครือข่ายขององค์กรภาคประชาชน ในการนี้เราจึงพบพื้นที่สาธารณะที่ขบวนการใหม่ของการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคมนำมาใช้ เช่น ขบวนการพิทักษ์สิ่งแวดล้อมก็จะจัดค่ายกิจกรรมดูแลสำหรับเด็ก กลุ่มฟื้นฟูสุขภาพองค์กรรวมแนวใหม่ กลุ่มพิทักษ์สิทธิเด็ก กลุ่มชีวิตจิต ฯลฯ ก็อาจจะไปจัดนิทรรศการตามศูนย์การค้าหรือตามสวนสาธารณะ เป็นต้น

(4) ประเด็นที่ยังหลงเหลือ

จากพัฒนาการแนวคิดและแนวปฏิบัติเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ที่ได้กล่าวมานั้นได้ให้แนวทางในการวิเคราะห์องค์ประกอบต่าง ๆ ของปริณทณ รวมทั้งหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะไว้พอสมควร ทำให้ผู้ศึกษาต้องตั้งคำถามว่า "พื้นที่สาธารณะ" นั้นเป็นของใคร ตัวอย่างเช่น โดยหลักการแล้วพื้นที่สาธารณะของชนชั้นกลางในศตวรรษที่ 17 นั้นจะเปิดกว้างสำหรับทุกคน แต่ในทางปฏิบัติกลุ่มคนที่จะไปร่วมสังสรรค์เสวนากับกลุ่มดังกล่าวได้ก็มักจะเป็นผู้ชายและเป็นผู้ที่มีเวลาว่างพอ บรรดาพื้นที่สาธารณะที่มีอยู่ในปัจจุบันก็จำเป็นต้องถูกตั้งคำถามในมิติของเรื่อง "การเข้าถึง" เช่นเดียวกัน นอกจากนั้น

คำถามที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ พื้นที่สาธารณะนั้นถูกสร้างขึ้น**มาเพื่อวัตถุประสงค์อะไร** มูลเหตุจูงใจให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมนั้นคืออะไร

นอกเหนือจากคำถามที่ต่อเนื่องมาจากร่องรอยทางประวัติศาสตร์ดังกล่าวแล้ว ก็ยังมีปัญหาใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นเนื่องจากสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคม ตัวอย่างเช่น ปัญหาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน และปัญหาเรื่องขอบเขตระดับชาติของพื้นที่สาธารณะ

(4.1) ปัญหาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน

จากประวัติที่ผ่านมาของการก่อตัวของ "พื้นที่สาธารณะ" เราได้พบว่า สื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ (คือหนังสือพิมพ์) ได้มีบทบาทอย่างแข็งขันในพื้นที่สาธารณะ แต่ในขั้นต่อมาเมื่อธรรมชาติของหนังสือพิมพ์เปลี่ยนไป (ดูรายละเอียดในตอนต่อไป) สื่อประเภทนี้ก็หมดบทบาทต่อพื้นที่ดังกล่าว เมื่อสื่อสมัยใหม่ที่เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ จนกระทั่งถึงคอมพิวเตอร์ได้ถือกำเนิดขึ้นมา ก็มีคำถามว่า **โดยธรรมชาติแล้ว สื่อประเภทนี้จะสามารถมีบทบาทในการสร้างพื้นที่สาธารณะได้หรือไม่** คำตอบนั้นดูเหมือนจะมีอยู่ในสภาพความเป็นจริงอยู่แล้ว เนื่องจากในยุคปัจจุบัน บรรดาสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น วิทยุและโทรทัศน์สามารถจะสร้างพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ๆ ที่มีหน้าตาเปลี่ยนไปจากสมัยก่อน เช่น ก้าวเข้ามาในปริมาตรของกีฬา วัฒนธรรม เหตุการณ์สำคัญ ๆ (เช่น กรณียุทธ จ.ส.100 หรือร่วมด้วยช่วยกันของไทย) จึงมีนักวิชาการบางท่านเช่น Scannell & Cardiff (1989) ให้ความสนใจที่จะศึกษาบทบาทของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสื่อประเภท

คอมพิวเตอร์ที่มีธรรมชาติที่เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการโต้เถียงอภิปราย (เพราะลักษณะ interactive) แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านตัวสื่อกลาง (mediated communication) มิใช่การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face-to-face communication) นี่จึงเป็นพัฒนาการที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่า การฟื้นฟูแนวคิด และแนวปฏิบัติของ "พื้นที่สาธารณะ" ในโลกยุคคอมพิวเตอร์จะมีทิศทางไปในทางใด

(4.2) ขอบเขตระดับชาติ/ระดับโลกของพื้นที่สาธารณะ

ประวัติศาสตร์ของแนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" แม้แต่ในงานเขียนของ Habermas นั้น ยังจำกัดขอบเขตอยู่ในระดับชาติ (national) แต่ทว่าสำหรับในโลกสมัยใหม่นับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เป็นต้นมา การคิดเรื่องราวและประเด็นต่าง ๆ นั้นได้บ่าล้นจากระดับชาติออกไปถึงระดับโลก (international/global) เสียแล้ว ตัวอย่างในชีวิตประจำวันที่เราเห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือ ในแวดวงของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ CNN ฯลฯ แม้แต่รัฐชาติ (Nation state) ของแต่ละประเทศก็ยังไม่อาจจะตัดสินใจดำเนินกิจการภายในประเทศได้โดยไม่ต้องแยแสหรือข้องเกี่ยวกับนานาชาติ ตัวอย่างของการกู้เงินจาก IMF ของไทย หรือกรณีการปราบปรามนักศึกษาจีนที่จัตุรัสเทียนอันเหมิน เป็นตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลที่มีเหนือต่อรัฐชาติของแต่ละประเทศ ดังนั้นในเรื่องของพื้นที่สาธารณะก็หลีกเลี่ยงไม่พ้นปรากฏการณ์ข้ามชาติ/ระดับโลกดังกล่าว

บทบาทความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น ดาวเทียมและเคเบิลเป็นพื้นฐานรองรับสำคัญที่ทำให้ระบบเศรษฐกิจ ระบบ

การเมือง ระบบวัฒนธรรมทุกด้านมีขอบเขตเชื่อมต่อกันในระดับโลกได้ ปรากฏการณ์ทางสังคมที่เราพบเห็นอยู่ในชีวิตประจำวันก็คือ กลุ่มผู้นำหรือชนชั้นสูงของประเทศ (elite) จะต้องติดตามข่าวสารจากต่างประเทศอยู่เสมอ หรือในกรณีเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 ที่รัฐไทยอาจจะสั่งห้ามสื่อมวลชนไทยไม่ให้รายงานข่าวหรือเผยแพร่ภาพ แต่ปรากฏว่าสื่อมวลชนต่างประเทศได้ดำเนินการเผยแพร่ข่าวและภาพที่ถูกห้ามนั้นไปทั่วโลกแล้ว ในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ จะมีพื้นที่ข่าว (พื้นที่สาธารณะ) สำหรับกลุ่มคนไทยที่อยู่ในต่างประเทศ ซึ่งอาจจะ "ห่างไกล" ในแง่ระยะทาง หากแต่ "ใกล้ชิด" ในแง่การติดตามความเคลื่อนไหวทางสังคม ด้วยเหตุนี้จึงเป็นความชอบธรรมที่คนไทยในต่างประเทศจะมีสิทธิลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง แม้แต่ในฝ่ายขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมก็ต้องมีลักษณะ "inter" ด้วยเช่นกัน เช่น งานวิจัยพรเพ็ญ (2541) พบว่า เครือข่ายองค์กรพัฒนาเอกชนที่ทำงานด้านสิ่งแวดล้อมนั้นจะติดต่อกับเพื่อน NGOs อื่น ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยอาจเป็นกลุ่ม NGOs ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อพื้นที่สาธารณะ

เราได้เห็นจากประวัติการก่อตัวของพื้นที่สาธารณะในศตวรรษที่ 17 แล้วว่า สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์มีบทบาทอันจะขาดเสียมิได้ของปฏิบัติการทางสังคมนี้ และเราก็ยังได้เรียนรู้ต่อมาว่า ในขั้นต่อมา สื่อหนังสือพิมพ์ก็ได้ลดละจนกระทั่งถึงขั้นเลิกบทบาทดังกล่าว พร้อมกับที่มีการเปิดตัวสื่อมวลชนรูปแบบใหม่ ๆ ที่มีธรรมชาติเชิงเทคนิคและเชิงสังคมการเมืองที่แตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ ส่งผลให้คำถามเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ กับการก่อสร้างของพื้นที่สาธารณะยังคงต้องการ

การศึกษาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่ไม่อาจจะปฏิเสธได้ก็คือ **สื่อมวลชนเป็นยาตำที่ขาดไม่ได้ของการสร้างสรรค์พื้นที่สาธารณะอย่างแน่นอน**

(1) **บทบาทของสื่อหนังสือพิมพ์** หนังสือพิมพ์เคยมีบทบาทที่เอากองเองงานอย่างยิ่ง เมื่อชนชั้นกระฎุมพีใช้เวทีหน้าหนังสือพิมพ์เป็นเครื่องมือสร้างพื้นที่สาธารณะด้วยการระดมทัศนะความคิดเห็นของคนหมู่มาก เพื่อนำไปต่อรองกับกษัตริย์และขุนนาง ทั้งนี้เนื่องจากคุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่เป็น "สื่อสาธารณะ" จึงสามารถกระทำการ "โน้มน้าว" หรือ "เป็นตัวแทน" ของคนส่วนใหญ่ได้ นอกจากนั้นเนื่องจากในยุคสมัยแรกนั้นหนังสือพิมพ์ยังมีจำนวนไม่ค่อยแพร่หลาย และผู้คนก็ยังอ่านหนังสือไม่ค่อยแตกฉาน ดังนั้น**วิธีการอ่านหนังสือพิมพ์**จึงมักเป็นลักษณะการรวมกลุ่มกันอ่าน (collective)

สำหรับเนื้อหาหลัก ๆ ของหนังสือพิมพ์ยุคแรกนั้นจะเป็นเรื่องของข่าวการเมืองเป็นส่วนใหญ่ (ที่เรียกว่า political journal) หรือมิฉะนั้นก็มีบทความเรื่องราวเกี่ยวกับการวิพากษ์วิจารณ์ศิลปวรรณคดี (ที่เรียกว่า Literary journal) คุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมานี้เอื้ออำนวยให้หนังสือพิมพ์ในยุคแรกมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะสำหรับเป็นเวทีการต่อสู้ของประชาชน

แต่ทว่าในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ลักษณะของหนังสือพิมพ์ได้เปลี่ยนแปลงไปจากสื่อมวลชนที่เคยอ่านอยู่ในกลุ่มคนบางกลุ่ม หนังสือพิมพ์ได้ขยายปริมาณอย่างแพร่หลายและเริ่มเปลี่ยนเพิ่มมาสู่แนวทางธุรกิจการค้าอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์เริ่มมีขนาดใหญ่และมีผลกระทบให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงเนื้อหาจากที่เคยเป็น political journal มาเป็น commercial journal ที่ต้องคอยรักษาลาประโยชน์ของเจ้าของทุนมากกว่าจะพะวงกับการทำหน้าที่เป็นสื่อสาธารณะเช่นแต่ก่อน

พัฒนาการของการกลายเป็นการค้าของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวทำให้ในประเทศอังกฤษเกิดมีหนังสือพิมพ์ขึ้นมา 2 แบบ คือ **หนังสือพิมพ์คุณภาพ** ที่อ่านกันอยู่ในคนกลุ่มเล็ก ๆ แต่มีอำนาจการซื้อสูง หน้าตาของหนังสือคุณภาพนี้จะคล้ายคลึงกับหนังสือพิมพ์ในยุคแรก อีกประเภทหนึ่งคือ **หนังสือพิมพ์ปริมาณ** (พิมพ์ด้วยขนาดแทบลอยด์) เป็นหนังสือที่เข้าถึงผู้อ่านจำนวนมาก ใช้ภาษาที่มีสีสันหรือหวือหวา แต่ทว่าไม่ค่อยเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับเรื่องการเมือง ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ทำให้ภาพรวมของหนังสือพิมพ์ทยอยร่นออกไปจากการมีบทบาทในการเป็นเวทีหรือช่องทางให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในชีวิตร่วมกันได้

(2) **การเกิดขึ้นของสังคมนการค้า** จากข้อความที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้ Habermas สรุปว่า เมื่อหนังสือพิมพ์แปรเปลี่ยนธรรมชาติจากการเป็นสื่อทางการเมืองมาเป็นสื่อทางการค้า บทบาทของการเป็นกลไกสร้างพื้นที่สาธารณะก็เลยพลอยสูญหายไปด้วย แต่ทว่า Murdock (1992) ได้ตั้งทัศนะดังกล่าวว่า **ดูจะเป็นการกล่าวโทษแต่เฉพาะบทบาทของหนังสือพิมพ์เพียงฝ่ายเดียว** Murdock เสนอว่าการที่พื้นที่สาธารณะในความหมายดั้งเดิมสูญสลายไปนั้น มิใช่เพราะหนังสือพิมพ์ได้กลายเป็นธุรกิจการค้าเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น แต่ทว่า**สังคมทั้งสังคมได้กลายเป็นสังคมนการค้าไปด้วย** ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของสังคมนการค้าก็คือ บรรดา

ปัญหาที่เป็นปัญหาร่วมของสังคม (public/collective issues) จะถูกแก้ไข หรือถูกซื้อด้วยการหาทางออกแบบส่วนตัวของปัจเจกบุคคล (individual way-out) ตัวอย่างเช่น ปัญหาอากาศเป็นพิษ ก็จะมีการซื้ออากาศกระป๋องมาใช้ หรือติดเครื่องกรองอากาศของแต่ละบ้าน ปัญหาการจราจรติดขัด ป้ายจอดแต่ละคนก็หาทางเลี่ยงด้วยการออกจากบ้านแต่เช้าตรู่ เมื่อสูญเสียที่ทำกินก็อพยพครอบครัวไปขายแรงงาน เป็นต้น จิตสำนึกที่จะแก้ปัญหาด้วยการหาทางออกส่วนตัวดังกล่าวทำให้ขาดแรงผลักดันทางสังคม (social pressure) ที่มากพอที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ เมื่อขาดจิตสำนึกรวมกลุ่มแก้ปัญหา พื้นที่สาธารณะในความหมายดั้งเดิมก็เกิดขึ้นไม่ได้

(3) การเกิดขึ้นของสื่อประเภทใหม่ ๆ เราอาจแบ่งยุคสมัยของการสร้างพื้นที่สาธารณะโดยใช้ประเภทของสื่อมวลชนเป็นเกณฑ์ได้เป็น 3 สมัยคือ

ยุคแรก : face-to-face communication

+ หนังสือพิมพ์

ยุคที่สอง : Pseudo - mediated communication

วิทยุ + โทรทัศน์

ยุคที่สาม : virtual communication

Internet/cyberspace

● **สำหรับในยุคแรกนั้น** ประเภทของการสื่อสารและสื่อหนังสือพิมพ์นั้นเอื้ออำนวยอย่างที่สุดต่อการเกิด communication rationality ตามแนวคิดของ Habermas ซึ่งเป็นพื้นฐานของพื้นที่สาธารณะ อย่างไรก็ตาม เมื่อหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงไปเป็นธุรกิจและสนใจที่จะขายผู้อ่านให้แก่โฆษณามากกว่าภารกิจอย่างอื่น หนังสือพิมพ์ก็ถอยห่างจากภารกิจดังกล่าว

● **ในยุคที่สอง**ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์เช่น วิทยุและโทรทัศน์นั้นได้เข้ามาทำหน้าที่สร้างพื้นที่สาธารณะได้น้อยมาก เนื่องจากเหตุผลหลายประการ เช่น โดยรูปแบบการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์เป็นสื่อที่ใช้อยู่ภายในบ้านแบบเป็นส่วนตัวเป็นครอบครัว (domestic media) และแม้ว่าจะเป็นสื่อที่มีความเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ แต่ก็มีลักษณะแตกแยก ประเด็นต่าง ๆ เข้ามาสู่ความสนใจแล้วก็ถอยห่างออกไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนั้นการเปิดตัวของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ก็ยังคงค่อนข้างเน้นหนักไปในทางเป็นสื่อเพื่อความบันเทิง มากกว่าการถกเถียงทางการเมือง เช่น ในกรณีของไทย เคยมีบางช่วงเวลาที่วิทยุเปิดแค่เพลงสลับกับสเปดโฆษณา ข่าวสารทางการเมืองก็เป็นการถ่ายทอดข่าวจากรัฐสู่ประชาชนเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ จึงมีคำถามว่า หลักการ communication rationality ของ Habermas ที่เคยใช้อธิบายกับหนังสือพิมพ์ จะนำมาใช้กับวัฒนธรรมของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ได้มากน้อยเพียงใด

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่สนใจเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์เช่น วิทยุและโทรทัศน์ที่มีต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะก็ได้ให้ข้อคิดเห็นที่มาจากผลการวิจัยเรื่องสื่อวิทยุและโทรทัศน์กับเรื่องการสร้างพื้นที่พื้นที่สาธารณะว่า แม้ว่าสื่อทั้ง

2 ประเภทนี้จะมีข้ออ่อนด้อยตรงที่มักเป็นสื่อซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อความบันเทิง และเป็นสื่อทางอากาศที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่มีโอกาสจะได้พบปะเผชิญหน้ากันอย่างจริงจัง แต่ทว่า เราก็ไม่ควรจะมองข้ามการสร้างสรรค์สัมพันธ์แบบจินตนาการดังกล่าว (imagined connectedness) เพราะจากผลการวิจัยในหลาย ๆ กรณีได้พิสูจน์ให้เห็นว่า หากมีการใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์อย่างสม่ำเสมอ หากวิทยุและโทรทัศน์ตระหนักในบทบาทหน้าที่ที่จะเชื่อมโยงและสร้างสรรค์ความสัมพันธ์ระหว่างคนกลุ่มต่าง ๆ และหากพยายามสร้างรูปแบบการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น (อาจจะเป็นรูปแบบการโทรศัพท์ การเขียนจดหมาย การเชิญมาออกรายการ ฯลฯ) ที่สามารถทำหน้าที่แบบพื้นที่สาธารณะในศตวรรษที่ 17 ได้แล้ว ศักยภาพของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 2 ประเภทก็ไม่ควรจะถูกมองข้ามไป

● ปัจจุบันนี้ เรากำลังก้าวเข้าสู่ยุคที่สามซึ่งเป็นยุคของการสื่อสารเสมือนจริง (virtual communication) โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นสื่อกลาง ในด้านหนึ่งการสื่อสารแบบเสมือนจริงนี้จะในรูปแบบการรื้อฟื้นการสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) ขึ้นมาใหม่ เพราะผู้ส่งสารและผู้รับสารจะสนทนาพูดคุยกันได้แบบตัวต่อตัว (เช่น การ chat ในห้องสนทนาของคอมพิวเตอร์) ข้อที่แตกต่างไปจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้าอย่างเดิมก็คือ การเผชิญหน้านั้นเป็นการเผชิญกันในโลกของคอมพิวเตอร์ (cyberspace) ไม่ใช่โลกทางกายภาพ

สำหรับข้อที่แตกต่างอย่างมากระหว่างการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (computer mediated communication - CMC) กับการสื่อสาร

ผ่านสื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ก็คือ การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์นั้นเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ในขณะที่หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์จะเป็นการสื่อสารทางเดียว นอกจากนั้น โดยเปรียบเทียบแล้ว ผู้ที่จะเข้ามาใช้สื่อคอมพิวเตอร์นั้นจะต้องมีส่วนร่วมอย่าง **เอาการเอางาน** (active participation) มากกว่าการเข้ามาใช้สื่อมวลชนตัวอย่างง่าย ๆ ก็เช่น ผู้ชมทางบ้านอาจจะนอนหลับอยู่หน้าจอโทรทัศน์ที่เปิดอยู่ แต่กับหน้าจocomพิวเตอร์ ผู้ใช้จะต้องคลิกเมาส์อยู่ตลอดเวลา คุณลักษณะเรื่องการสื่อสารสองทางและการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันของผู้ใช้ สารสื่ออำนวยการสร้างพื้นที่สาธารณะที่เคยมีมาในอดีต เมื่อบวกผสมกับคุณลักษณะทางเทคนิคของระบบอินเตอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่น ๆ/ผู้ใช้คนอื่น ๆ (Hypertext) ก็ยิ่งทำให้ขอบเขตของการสร้างพื้นที่สาธารณะนั้นสามารถขยายได้อย่างกว้างขวางโดยไร้ข้อจำกัดด้านกายภาพ

ปัจจุบันนี้ในสังคมไทยได้เริ่มคุ้นเคยกับปรากฏการณ์ของการสร้างพื้นที่สาธารณะผ่านการสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์มากขึ้นทุกที เช่น ทุกครั้งที่เกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ขึ้นในสังคม นับตั้งแต่ประเด็นทางการเมืองไปจนถึงประเด็นทางสังคม-วัฒนธรรมก็จะมี การแสดงความคิดเห็นโดยตรงจากผู้ใช้อินเตอร์เน็ตเข้าไปในห้องสนทนาของอินเทอร์เน็ต เช่น ในช่วงปี 2542 มีเหตุการณ์ทางการเมืองเช่น กรณีคอร์ปชั่นชื้อยาแพงในกระทรวงสาธารณสุข กรณีทุจริตการเลือกตั้งที่ปากน้ำ หรือเหตุการณ์ทางสังคมเช่น กรณีการตายของนายห้างทอง ธรรมวัฒน์ การถ่ายรูปโป๊ลงหน้าปกหนังสือของบัณฑิตสาว น.ส.ดาหวัน ฯลฯ ประเด็นเหล่านี้จะมีการพูดคุยแสดงความคิดเห็นอย่าง

กว้างขวางในหน้าคอมพิวเตอร์

ศักยภาพที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะดังกล่าวของสื่อคอมพิวเตอร์ ทำให้นักอนาคตวิทยาบางคน เช่น Alvin Toffler (ดูกาญจนา, 2539) ถึงกับพยากรณ์เอาไว้ว่า ในอนาคตเมื่อการใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์แพร่หลายลงสู่ระดับมวลชนเช่นเดียวกับวิทยุและโทรทัศน์แล้ว การปกครองของ**ระบบประชาธิปไตยแบบผ่านตัวแทน** (representative democracy) ซึ่งเกิดขึ้นเพราะความจำเป็นที่ไม่อาจให้คนทุกคนตัดสินใจด้วยตัวเองในทุกเรื่องได้ จึงต้องมีการลงคะแนนเสียงเลือกผู้แทนให้ไปตัดสินใจแทน แต่ทว่าเมื่อเมืองทุกเมืองติดตั้งเครือข่ายคอมพิวเตอร์ไปทั่วทุกหัวระแหง ประชาชนทุกคนก็สามารถจะเข้ามาตัดสินใจในประเด็นสาธารณะต่าง ๆ ด้วยตัวเองที่เรียกว่า **ระบบประชาธิปไตยโดยตรง** (direct democracy) และในช่วงระยะรอยต่อระหว่าง 2 ระบบที่เรา กำลังมีชีวิตอยู่ในปัจจุบัน ก็คาดติดตามว่า บทบาทของสื่อคอมพิวเตอร์ที่มีต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะจะเป็นอย่างไรบ้าง

นอกเหนือจากการสื่อสารในรูปแบบของการ**สื่อสารแบบเผชิญหน้า** (face-to-face communication) ซึ่งในปัจจุบันนี้จะมีปัญหาอุปสรรคอย่างมากที่จะเกิดรูปแบบการสื่อสารดังกล่าวอย่างแพร่หลายในพื้นที่สาธารณะ เนื่องมาจากหลายเหตุปัจจัยนับตั้งแต่การขาดอาณาบริเวณที่เป็นรูปธรรม ตลอดจนสภาพชีวิตที่ค่อนข้างแตกแยกของผู้คน ส่วนการใช้**สื่อมวลชน**เพื่อการสร้างพื้นที่สาธารณะก็อาจจะมีอุปสรรคตั้งแต่ลักษณะทางธุรกิจของสื่อ การถูกควบคุมจากรัฐ ตลอดจนความยากลำบากที่จะมี

โอกาสได้เข้าถึงในฐานะผู้ส่งสาร ในท่ามกลางอุปสรรคที่จะเข้าถึงการใช้สื่อ เพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะนั้น ชนชั้นกลางจำนวนไม่น้อยได้หันมาใช้ โทรศัพท์มือถือ เครื่องโทรสาร รวมทั้งคอมพิวเตอร์เป็นช่องทางใหม่ สื่อเหล่านี้ ได้แสดงฤทธาานุภาพให้เห็นมาแล้วในช่วงเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ 2535 อย่างไรก็ตาม การเข้าถึงสื่อใหม่ ๆ ดังกล่าวนี้นักต้องการทั้งฐานะเศรษฐกิจและระดับการศึกษาที่ดีในระดับหนึ่ง ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญ ต่อชนชั้นล่างในสังคมที่จะเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ

ฉะนั้น ในกรณีที่ชนชั้นล่างของสังคมต้องการจะส่งข่าวสารของตนเองสู่สาธารณะ แม้ว่าจะทำได้ไม่เต็มรูปแบบ แต่เราก็ได้พบว่า มีช่องทาง เปิดอยู่หลายช่องทาง เช่น ตามกำแพงที่มีการเขียนถ้อยคำต่าง ๆ (ที่เรียกว่า graffiti) การเขียนตามห้องน้ำสาธารณะ วรรณกรรมทำยดลิลล่อ ฯลฯ ส่วนรูปแบบที่ดูเหมือนจะแพร่หลายมากที่สุดได้แก่ สติกเกอร์ (แผ่นปิดขนาดเล็ก) ที่เจตยา (2538) ได้ศึกษารูปแบบและเนื้อหาของ การส่งข่าวสารผ่านสื่อ ประเภทนี้

เมื่อพิจารณาโดยรูปแบบแล้ว สื่อสติกเกอร์เป็นสื่อที่เหมาะสมกับการใช้ของชนชั้นล่างที่มีฐานะเศรษฐกิจต่ำ มีความรู้ไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจาก สื่อสติกเกอร์เป็นสื่อที่มีราคาถูก วิธีการใช้ไม่ยากลำบาก ทั้งนี้เพราะผู้ใช้ สามารถจะคิดถ้อยคำแล้วนำไปให้ร้านทำสติกเกอร์จัดการเขียนออกแบบให้ หรืออาจจะไปเลือกซื้อที่ทำไว้สำเร็จรูปเลยก็ได้ และหลังจากที่เอาสติกเกอร์ มาติดไว้ที่รถแล้ว เมื่อรถแล่นไปตามที่ต่าง ๆ ก็จะกินพื้นที่สาธารณะได้อย่าง กว้างขวาง สมมติฐานที่ว่า สติกเกอร์จะเป็นกลุ่มชนชั้นล่างเป็นผู้ใช้ส่งสารแก่

สาธารณะมากที่สุดนั้นได้รับการยืนยันเมื่อผู้วิจัยตรวจสอบเนื้อหาในแผ่นสติ๊กเกอร์

เจตยาได้นำแนวคิดของ Habermas ในเรื่อง communication action ที่ผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารมีปฏิริยาได้ 3 แบบคือ

- cognition communication เป็นการบอกกล่าวข่าวสารให้ผู้รับสารบังเกิดความเข้าใจ เช่น ชาวพยากรณ์อากาศว่าวันนี้จะมีฝนตกเนื่องจากมีมรสุม ฯลฯ

- interaction communication เป็นการสื่อสารที่คาดหวังปฏิริยาตอบรับจากผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ข้อความโฆษณาที่ว่า ในระหว่างวันที่ ... จะมีการลดราคาสินค้าครึ่งโหล ขอให้อ่านรีบไปซื้อของในช่วงเวลาดังกล่าว เป็นต้น

- expressive communication เป็นการสื่อสารที่ต้องการแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่อยู่ภายในของผู้ส่งสารออกมาให้ผู้รับสารได้รับรู้ เช่น ประโยคที่ว่า "เธอทำอย่างนี้ทำให้ฉันเสียใจรู้ไหม" เป็นต้น

จากประเภทของ communication action ทั้ง 3 แบบ ผู้วิจัยได้พบว่า แผ่นสติ๊กเกอร์สามารถจะทำหน้าที่ทั้ง 3 ได้อย่างครบถ้วน เช่น ในด้านของ cognition ผู้เลือกใช้สติ๊กเกอร์มีความตั้งใจที่จะสื่อสารให้ผู้อ่านสติ๊กเกอร์บังเกิดความเข้าใจ ดังนั้น จึงมีการเลือกดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับเนื้อหาของรูปแบบสติ๊กเกอร์ และส่วนใหญ่จะใช้ "วาทกรรม" ที่เคยเข้าใจกันดีอยู่แล้ว เช่น ภาษีต พังเพย หรือชื่อเพลง ชื่อภาพยนตร์ ผู้ที่อ่านแผ่นสติ๊กเกอร์ส่วน

ใหญ่จึงสามารถเข้าใจว่า ผู้ติดต้องการจะบอกข่าวสารอะไร ในแง่ interaction ก็ได้แก่ ข้อความประเภท "มีอะไรใหม่หัดขับ" ซึ่งผู้อ่านพบจะได้ปรับเปลี่ยนการปฏิบัติของตัวให้เหมาะสม แต่ communication ที่พบมากที่สุดในสติกเกอร์คือ expressive communication

ผลจากการวิเคราะห์กลุ่มประเภทของเนื้อหาจะพบว่า มีเนื้อหาปะปนทั้งเรื่องส่วนตัวและส่วนรวมตามแบบฉบับของวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ตัวอย่างของเรื่องส่วนตัวก็มักจะหนีไม่พ้นเรื่องของความรักและเรื่องภายในครอบครัว (ระหว่างสามีภรรยา)

สำหรับเรื่องของส่วนรวมนั้น เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้สติกเกอร์เป็นกลุ่มที่มีบริบทการสื่อสารอยู่ในบริบทของท้องถนนและมีปฏิบัติการทางสังคมคือการขับขี่ยานยนต์ ดังนั้น เนื้อหาว่าทกรรมในสติกเกอร์จึงเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตสาธารณะบนท้องถนน ว่าทกรรมที่เกี่ยวกับส่วนรวมนี้อาจมีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

- การแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ของกลุ่มคนชั้นล่างต่อสภาพปัญหาสังคมที่เป็นปรากฏการณ์บนท้องถนนในชีวิตประจำวัน
 - ◆ ถึงแยกหน้าอย่าผยอง ใจหัวปึงปองมันแอบอยู่
 - ◆ ด่านนี้ 25 ด้านหน้า 500
 - ◆ ขอเถอะจำ นี่ค่านมลูก
 - ◆ ถนนสายนี้มีแต่รอยไถ

- การประกาศตนและแสดงออกซึ่งสถานภาพและอารมณ์ความรู้สึกของคนชั้นล่างในสังคม เช่น
 - ◆ แจ็กดาร์น ลาวผอน
 - ◆ ดีใจจัง คนข้างหลังก็เป็นลาว
 - ◆ เห็นกูเป็นลาว จับเข้าจับเย็น
 - ◆ เป็นหนี้เป็นสิน จนต้องกินดีดื่มดี

ผู้วิจัยได้สรุปว่า แม้ว่ารูปแบบการใช้สติกเกอร์จะไม่ใช้รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะอย่างเต็มรูปแบบอย่างที่ Habermas ระบุไว้ แต่อย่างน้อยการใช้สติกเกอร์ก็เป็นช่องทางการสื่อสารที่คนชั้นล่างของสังคมต้องการที่จะแสดงความคิดเห็นและอารมณ์ความรู้สึกของตนเองต่อสังคมบนเงื่อนไขที่ยังไม่มีเวทีพื้นที่สาธารณะแบบอื่น ๆ ให้พวกเขาได้ใช้เป็นช่องทางแสดงออก

จากการทบทวนศักยภาพของสื่อแต่ละประเภททั้งศักยภาพในทางเทคนิค/ทางเศรษฐกิจ-สังคม-การเมือง เราก็จะพบว่าสื่อแต่ละชนิดมีศักยภาพและข้อจำกัดที่แตกต่างกันออกไป และนอกจากศักยภาพและข้อจำกัดที่ถูกกำหนดมาให้แล้ว เรายังพบอีกว่า **ตัวมนุษย์ผู้กระทำทางสังคม** (social actor) ที่กำลังทำงานอยู่ในสื่อแต่ละประเภทนั้นก็ได้รับการขยับขยายเพิ่มพูนศักยภาพหรือลดข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด ตัวอย่างเช่น การทำงานของสื่อวิทยุของไทย อันอาจจะเนื่องมาจากปัจจัยการแข่งขันที่มีอย่างสูงของระบบวิทยุ ปัจจัยเรื่องกระแสแนวคิดเรื่องการคืนกำไรให้แก่สังคม รวมทั้ง

ปัจจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแบบ interactive ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ผลักดันให้รายการวิทยุจำเป็นต้องเริ่มแย่งและจับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเอาไว้ให้แน่นอน (segmentation) และต้องเริ่มทำกิจกรรมที่นอกเหนือไปจากการทำรายการวิทยุ ดังนั้นเราจึงได้เห็นรายการวิทยุที่จัดเรลลี้เพื่อปลูกต้นไม้ รายการวิทยุที่ทำค่ายดำน้ำดูปะการัง หรือการเกิดขึ้นของสถานีวิทยุแบบ city radio ที่มีเป้าหมายที่จะใช้รายการวิทยุเป็นสื่อกลางในการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของชุมชนเมืองที่ชอบเขตการกระจายเสียงของวิทยุครอบคลุมไปถึงปฏิบัติการทางสังคมของสื่อมวลชนเหล่านี้สามารถเป็นการปูเส้นทางไปสู่การสร้างพื้นที่สาธารณะได้ในอนาคต

นอกจากนั้น แม้ว่าสื่อมวลชนสมัยใหม่เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ จะไม่สามารถเข้าไปร่วมการสร้างสรรค์พื้นที่สาธารณะด้วยรูปแบบการสื่อสารแบบเผชิญหน้าเช่นในอดีตได้ แต่ทว่าสื่อมวลชนเหล่านี้ก็ได้สร้างรูปแบบจำลองของ "พื้นที่สาธารณะ" ขึ้นมาในรายการของตน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนก็เช่น รายการเวทีชาวบ้าน ลานบ้านลานเมือง ขอดิดด้วยคน ตามล่าหาแก่นธรรม ฯลฯ โดยจำลอง "เวทีสาธารณะ" ขึ้นมาในรายการที่มีเนื้อหาของการสนทนาพูดคุยแสดงความคิดเห็นอย่างเสรี เหมือนบรรยากาศตามร้านกาแฟหรือ salon และนอกจากระดับนี้ยังมีกลุ่มผู้เสมอ นอก ซึ่งได้แก่ผู้ชมทางบ้านที่ติดตามรับฟัง และอาจโทรศัพท์เข้าไปถามคำถามหรือแสดงความคิดเห็นในรายการรูปแบบดังกล่าวนี้ อาจถือได้ว่าเป็นพัฒนาการในอีกขั้นหนึ่งของการสร้างพื้นที่สาธารณะขึ้นมาท่ามกลางรูปแบบการสื่อสารอย่างใหม่ ๆ

หากเรานำเอารูปแบบการสื่อสารหลาย ๆ แบบที่ได้กล่าวถึงแล้วมา เปรียบเคียงกับแนวคิดเรื่ององค์ประกอบ พื้นที่และเป้าหมายของพื้นที่ สาธารณะที่ Habermas ได้กล่าวเอาไว้ข้างต้น เราก็สามารถจะสร้างเกณฑ์ สำหรับช่วยพิจารณาได้ว่า บรรดาพื้นที่สาธารณะรูปแบบใหม่ ๆ เหล่านี้มีความ คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากแนวคิดต้นฉบับมากน้อยเพียงใด เช่น

- ขอบเขตผลประโยชน์ของพื้นที่สาธารณะนั้นกว้างขวางมาก น้อยเพียงใด เป็นการแก้ปัญหาเฉพาะกลุ่มหรือมีเป้าหมายกว้างขวางไปกว่า นั้น ตัวอย่างเช่น ปัญหาจราจรที่สถานีวิทยุแบบ city radio ได้เปิดพื้นที่ สาธารณะขึ้นมานั้น จะกระทำเพียงบรรเทาปัญหาการจราจรที่คับคั่งให้ลุล่วง ไปวัน ๆ หรือจะเป็นแหล่งระดมความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหาระยะยาว เป็น ต้น

- ถึงแม้จะมีการเปิดเวทีสาธารณะให้มีการแสดงความคิดเห็น ได้เพียงอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง แต่ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่าพื้นที่ สาธารณะไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ระบายความคับข้องใจเท่านั้น หากทว่าผล จากการพูดคุยอภิปรายนั้น ต้องถูกนำไปใช้เพื่อผลักดันให้มีผลถึงการ ตัดสินใจแก้ปัญหาอย่างเป็นจริงเป็นจังด้วย

ในเรื่องที่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเปิดพื้นที่ สาธารณะนั้น รัตน (2541) สนใจที่จะตรวจสอบบทบาทของสื่อมวลชนใน สถานะเวทีสาธารณะโดยเฉพาะในช่วงเวลาพิเศษคือช่วงที่มีการเลือกตั้ง (17 พ.ย.2539) ทั้งนี้โดยที่ผู้วิจัยได้เริ่มต้นด้วยข้อสังเกตที่มาจากการทบทวนวรรณกรรมอ้างอิงว่า แม้ว่าประเทศไทยจะปกครองด้วยระบบ

ประชาธิปไตย แต่ทว่ารูปแบบที่มองเห็นได้ชัดเจนก็คงมีแต่เรื่องการเลือกตั้งเท่านั้น ส่วนความเข้าใจเกี่ยวกับประชาธิปไตยของคนไทยนั้นจะมีมาน้อยเพียงใด ไม่อาจรับประกันได้ เนื่องจากประเทศไทยขาดพื้นที่สาธารณะที่จะบ่มเพาะและลับคมความคิดของประชาชนในเรื่องประชาธิปไตยอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับกลุ่มคนจนที่ไม่มีโอกาสจะเข้าไปใช้พื้นที่สาธารณะบางประเภทเช่นหน้าของสื่อมวลชนเพื่อทำประเด็นความเดือดร้อนของตนให้เป็นประเด็นสาธารณะ ดังนั้น คนจนจึงถูกผลักดันให้ต้องรวมกลุ่มกันและใช้ท้องถิ่น ใช้บริเวณหน้าทำเนียบเป็นพื้นที่สาธารณะ

โดยอาศัยแนวคิดของ Habermas ที่ว่า สื่อมวลชนต้องมีบทบาทเป็นตัวกลางเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มบุคคลกลุ่มต่าง ๆ และต้องช่วยสะท้อนความคิดสาธารณะสู่ผู้บริหารประเทศ ในการนี้คนทุกกลุ่มต้องมีสิทธิในการใช้สื่ออย่างเท่าเทียมกัน และสื่อมวลชนก็ต้องเป็นพื้นที่สาธารณะที่เป็นอิสระจากการครอบงำของกลุ่มต่าง ๆ รัตนจึงต้องการจะตรวจสอบว่าภายใต้บริบทของการเลือกตั้งนั้น คนทุกกลุ่มได้มีโอกาสเข้ามาใช้สื่ออย่างเสมอภาคเท่าเทียมกันหรือไม่ มีอะไรเป็นปัจจัยกำหนด และสื่อสามารถแสดงบทบาทเป็นเวทีสาธารณะได้มากน้อยเพียงใด

ผู้วิจัยได้เลือกวิเคราะห์เนื้อหาการเลือกตั้งส.ส. 17 พ.ย. 2539 จากสื่อ 2 ประเภทคือ สื่อโทรทัศน์ และวิทยุ โดยเลือกรูปแบบรายการ 2 รูปแบบคือ รายการสนทนา (Talk) และรายการโฆษณา ทั้งนี้เนื่องจากโดยรูปแบบแล้ว รายการสนทนาจะเป็นรายการที่ฝ่ายสื่อเป็นผู้ควบคุมทิศทางการข่าวสารได้ ในขณะที่รายการ spot โฆษณาของพรรคการเมืองนั้น ทางพรรค

จะเป็นผู้ควบคุมทิศทางเนื้อหาข่าวสารได้

ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า

- **สำหรับตัวแสดงทางการเมือง** (political actor) โดยส่วนใหญ่แล้วบนเวทีของสื่อทั้ง 2 ประเภทยังเป็นเวทีของพรรคการเมืองโดยเฉพาะหัวหน้าพรรคมากกว่าประชาชนกลุ่มอื่น ทั้งนี้เพราะเนื้อหาและรูปแบบรายการส่วนใหญ่จะเป็นการเปิดพื้นที่ให้นักการเมืองมาแถลงนโยบายหรือแสดงผลงานในอดีต รองจากตัวแสดงที่เป็นนักการเมือง ก็จะเป็นบรรดาพิธีกรของรายการ (สื่อมวลชน) นักวิชาการ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางการเมือง (ที่ Habermas เรียกว่ากลุ่ม knowledge-broker) โดยประชาชนคนดูจะได้ขึ้นเวทีนี้น้อยที่สุด

- สำหรับการเปรียบเทียบระหว่างประเภทของสื่อ นั้นพบว่า สื่อโทรทัศน์จะเอื้อต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะมากกว่าวิทยุ เนื่องจากโทรทัศน์สามารถจัดรูปแบบจาก ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหาและการเปิดให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยตรง เช่น เข้ามานั่งในห้องส่ง และโดยทางอ้อม คือ โทรศัพท์เข้าหา ได้มากกว่าวิทยุซึ่งมักมีข้อจำกัดด้านโครงสร้างและนโยบายของสถานี

- เมื่อเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบรายการก็เป็นไปตามสมมติฐาน คือ รูปแบบรายการสนทนานั้นจะเปิดพื้นที่สาธารณะได้ดีกว่ารูปแบบโฆษณา เพราะในรูปแบบสนทนานั้นแม้ว่านักการเมืองจะเป็นตัวแสดงหลัก แต่ก็ไม้อาจจะควบคุมบทสนทนาได้ และรูปแบบดังกล่าวยังเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมได้ ส่วนรูปแบบโฆษณานั้นเป็นเพียง

เวทีสาธารณะแบบปลอม ๆ (pseudo-public sphere) ที่นักการเมืองจะใช้สร้างภาพลักษณ์เป็นส่วนใหญ่

ผู้วิจัยตอบทำรายการงานการวิจัยอย่างให้ความหวังว่า แม้ว่าผลการวิจัยจะพิสูจน์ว่า พื้นที่สาธารณะในสื่อมวลชนนั้นจะยังคงเปิดโอกาสให้ผู้มีอำนาจมากกว่าในสังคมได้เข้ามามีกระโดดโลดเต้นในเวทีนี้ได้มากกว่า แต่ทว่าอย่างน้อยพื้นที่แห่งนี้ก็ได้เข้มไว้สำหรับประชาชนบ้างแล้ว ในอนาคตคงจะระคายความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของนักสื่อสารมวลชนที่จะขยับขยายพื้นที่ดังกล่าวให้ประชาชนได้เข้าไปยืนแสดงบนเวทีดังกล่าวนี้ให้มากขึ้น

"พลเมือง"หรือ "ผู้บริโภค" (citizen v.s. consumer)

เราได้กล่าวมาแล้วถึงมิติของ "ผู้กระทำ" ในพื้นที่สาธารณะ ณ ที่นี้ จะขอขยายแนวคิดเกี่ยวกับ "ผู้กระทำ" ในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งจะเกี่ยวกับสถานภาพ 2 แบบของผู้กระทำคือ "พลเมือง" หรือ "ผู้บริโภค"

(1) **หมวดสองใบของประชาชน** Garnham (1995) ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับสถานภาพของประชาชนในสังคมปัจจุบันที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับเรื่องพื้นที่สาธารณะว่า คนในสังคมสมัยใหม่นั้นจะมีสถานภาพการสวมหมวกสองใบที่ขัดแย้งกัน หมวกใบแรกนั้นจะปรากฏอยู่ในบริบทของการเมือง (political realm) ที่ประชาชนจะถูกนิยามในฐานะ "พลเมือง" (citizen) ส่วนหมวกอีกใบหนึ่งนั้นจะปรากฏในบริบททางเศรษฐกิจ (economic realm) ที่ประชาชนจะถูกนิยามในฐานะ "ผู้บริโภค"

สถานภาพทั้งสองปริมณฑลนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมาก เนื่องจากการถูกนิยามในฐานะ "พลเมือง" นั้นจะส่อนัยยะไปในทาง**ส่วนรวม** (collective) กล่าวคือ ในฐานะสมาชิกคนหนึ่งของชุมชนการเมือง พลเมืองมีสิทธิเสรีภาพที่จะแสดงความคิดเห็น อธิบายจุดยืนและความเข้าใจ ออกเสียง ในฐานะเสียงหนึ่งของประชาคมนั้น เพื่อให้ผลลัพธ์สุดท้ายออกมาเป็นประโยชน์ของส่วนรวม (public good) ในขณะที่การนิยามประชาชนในฐานะ "ผู้บริโภค" นั้นจะส่อนัยยะไปในทาง**ส่วนตัว/ปัจเจกบุคคล** (individual) (ยกเว้นในกรณีการรวมตัวกันของผู้บริโภค) โดยที่ประชาชนจะถูกพิจารณาในฐานะผู้ผลิตหรือผู้บริโภคสินค้าเครื่องใช้โดยมีสิทธิเสรีภาพในการผลิตและบริโภคมากน้อยต่างกันตามอำนาจการซื้อ (purchasing power) ของแต่ละคน หลักของการบริโภคนั้น ทุกคนต้องติดตามรักษามูลประโยชน์ของส่วนตัว (private interest) และสำหรับระบบเศรษฐกิจที่เป็นระบบทุนนิยมนั้น ตามหลักการแบบอุดมคติ ผลประโยชน์ของแต่ละคนจะถูกจัดสรรไปตามกลไกของตลาด

ไม่เพียงแต่การวิเคราะห์**ระดับปัจเจกบุคคล**ที่ต้องพบกับสภาพการสุมหมวกสองใบดังกล่าว แม้แต่ใน**ระดับสถาบัน**ต่าง ๆ ก็ต้องเผชิญกับการทำงานในระบบการเมืองที่เน้นการสร้างผลประโยชน์เพื่อส่วนรวม กับการทำงานในระบบตลาดที่เน้นการสร้างผลประโยชน์ส่วนตัวหรือส่วนองค์กร ตัวอย่างของสื่อมวลชนทุกชนิดเป็นภาพแสดงที่เห็นได้อย่างชัดที่สุดถึงความขัดแย้งโดยพื้นฐานแบบกลืนไม่เข้าคายไม่ออกของสองหลักการดังกล่าว เช่น สถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นองค์กรที่ต้องทำประโยชน์ให้แก่สาธารณะ (public

interest/service) ด้วยการแสวงหาข่าวสารเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ให้ความรู้การศึกษาด้านสุขภาพอนามัย ปลุกสำนึกทางการเมือง อารงรักษาวัดนธรรม สืบทอดศาสนา ฯลฯ แต่ในอีกด้านหนึ่ง สถานีโทรทัศน์ก็เป็นองค์กรธุรกิจที่มีเจ้าของทุนดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์อันเป็นการทำงานตามหลักการตลาดของระบบทุนนิยม คือต้องสร้างผลกำไรสูงสุดหรือผลกำไรต่อเนื่องให้แก่องค์กร ต้องใช้กลยุทธ์ทุกรูปแบบแข่งขันกับเจ้าของกิจการรายอื่น ความขัดแย้งดังกล่าวปรากฏออกมาเป็นรูปธรรมในกรณีของการจัดสัดส่วนรายการประเภทสาธารณะประโยชน์กับรายการที่ทำกำไร การจัดผังรายการ หรือข้อโต้แย้งว่า ควรให้สถานีโทรทัศน์ของรัฐ เช่น ช่อง 11 มีโฆษณาได้หรือไม่ เป็นต้น นอกจากรูปแบบการสื่อสารของสื่อมวลชนแล้ว รูปแบบการสื่อสารประเภทอื่น ๆ ก็ล้วนมีส่วนผสมของ "ความเป็นส่วนรวมแบบการเมือง" กับ "ความเป็นส่วนตัวแบบเศรษฐกิจ" ร่วมกันอยู่เสมอ ความแตกต่างก็คงมีเพียงเรื่องสัดส่วนว่าจะเน้นหนักไปในทางใด

จากสถานภาพทั้งสองของประชาชนนี้ จะช่วยให้เรามองเห็นบทบาทหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะได้เป็นอย่างดี เนื่องจากหลักการที่ได้กล่าวแต่เบื้องต้นแล้วว่า **พื้นที่สาธารณะเป็นปริภูมิที่เกี่ยวเนื่องกับการเมืองและมุ่งเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวม** เพราะฉะนั้นในพื้นที่สาธารณะนี้เองที่จะเป็นโอกาสให้ประชาชนได้สวมหมวก "ความเป็นพลเมือง" ได้อย่างเต็มที่ ประชาชนจะได้มีสิทธิที่จะออกเสียงเลือกตั้ง มีสิทธิอภิปราย มีสิทธิเดินขบวน มีสิทธิประท้วง มีสิทธิยื่นจดหมายเปิดผนึก ฯลฯ เพื่อแสดงความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน/ประชาคมที่ต้องการพิทักษ์ปกป้องผลประโยชน์ร่วมกันของชุมชน

(สนใจกรณีของไทยโปรดดู ยุทธนา & สุพิတာ, 2542)

แต่ในเวลาเดียวกัน ในพื้นที่สาธารณะนี้เองที่เป็นพื้นที่ที่จะป้องกันไม่ให้อำนาจการเมืองจากภายนอกเข้ามาควบคุม เราจะมองเห็นตัวอย่างของพื้นที่สาธารณะดังกล่าวในกรณีของสื่อมวลชนได้โดยศึกษาสถานภาพของสถานีวิทยุโทรทัศน์ BBC BBC เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีเป้าหมายชัดเจนว่าดำเนินการเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้น มุมมองที่ BBC มีต่อผู้ชมหรือผู้นำจึงเป็นไปในฐานะ "พลเมือง" มิใช่ "ผู้บริโภค" และในเวลาเดียวกัน BBC ก็ต้องสร้างกลไกต่าง ๆ เพื่อรักษาความเป็นอิสระจากการควบคุมทั้งของภาครัฐและทั้งภาคธุรกิจการตลาด เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมจากผู้ฟัง การวางมาตรฐานอย่างแน่นหนาในทางปฏิบัติงาน เป็นต้น

(2) ข้อถกเถียงระหว่าง 2 ปรัชญาการเมือง

ระหว่างสถานภาพ 2 สถานภาพที่กล่าวมาข้างต้นนี้ มีปรัชญาการเมือง 2 แบบที่ให้ความสำคัญของแต่ละสถานภาพไม่เท่ากัน สำหรับแบบแรก เป็น**ปรัชญาการเมืองของระบบทุนนิยมเสรี** แน่แน่นอนว่า ในระบบนี้ย่อมถือทางข้างเสรีภาพทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ และเห็นว่า ควรจะให้พื้นที่สาธารณะนั้นปลอดจากการควบคุมแทรกแซงจากรัฐให้มากที่สุด โดยเปิดโอกาสให้ธุรกิจเอกชนเป็นทั้งเจ้าของและดำเนินการ เมื่อประชาชนใช้สิทธิของผู้บริโภคในการเลือกตัดสินใจสินค้าและบริการทุกอย่าง ระบบตลาดก็จะจัดการให้เกิดการแข่งขันอันลงท้ายด้วยผู้ชนะที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด แนวทางของกลุ่มปรัชญาทุนนิยมเสรีนี้จึงสนับสนุน บรรดาขบวนการแปรรูปกิจการของรัฐให้เป็นของเอกชน (privatization) และมักจะมีข้อพิสูจน์ว่า

บรรดากิจการสาธารณูปโภคทั้งหลายเมื่อให้เอกชนดำเนินการ ก็จะมีประสิทธิภาพดีกว่ารัฐ ธุรกิจหนังสือพิมพ์มักจะทำงานเพื่อส่วนรวมได้ดีกว่าโทรทัศน์หรือวิทยุของรัฐ เป็นต้น

ส่วน**ปรัชญาการเมืองแบบระบบสังคมนิยม**กลับจะเห็นตรงกันข้าม เนื่องจากเห็นว่าทำให้เสรีภาพทางเศรษฐกิจของระบบทุนนิยม ก็คือการปล่อยให้เกิดระบบมือใครยาวสาวได้สาวเอาในพื้นที่สาธารณะนั่นเอง และเนื่องจากเสรีภาพทางเศรษฐกิจนั้นเป็นเสรีภาพที่ไม่เสมอภาคเท่าเทียม หากขึ้นอยู่กับอำนาจการซื้อของคนแต่ละกลุ่มในสังคม ซึ่งแน่นอนว่ามีอยู่ไม่เท่ากัน ดังนั้นโอกาสในการได้ใช้พื้นที่สาธารณะจึงย่อมไม่เท่ากันอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องใช้มาตรการทางการเมืองมาปลดปล่อยข้อจำกัดทางเศรษฐกิจของประชาชนเพื่อให้ได้ใช้สิทธิเสรีภาพในฐานะพลเมืองได้อย่างแท้จริง

ปัจจุบันนี้ เราจะพบเห็นการดำเนินการของปรัชญาทั้งสองระบบดำเนินการควบคู่ไปโดยเฉพาะในระบบสื่อมวลชน ตัวอย่างเช่น ระบบโทรทัศน์แบบดูฟรี (Free TV) ที่ทำงานตามหลักสิทธิของพลเมือง กับระบบโทรทัศน์ผ่านเคเบิลที่ต้องจ่ายเงิน (Pay TV) ที่ทำงานตามหลักอำนาจซื้อของผู้บริโภค รวมทั้งข้อถกเถียงเกี่ยวกับการพิจารณาว่าควรจะให้สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 มีโฆษณาได้หรือไม่ ควรจะให้เอกชนเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุได้หรือไม่ เป็นต้น (อย่างไรก็ตามในกรณีของไทยก็มีความซับซ้อนกว่าที่กล่าวมา เพราะแม้ว่ารัฐจะเป็นเจ้าของคลื่นวิทยุตามนิตินัย แต่ในทางพฤตินัยก็ได้ให้เอกชนเข้าดำเนินงานตามหลักธุรกิจ)

(3) ประเด็นปัญหาปัจจุบัน

(i) ถึงแม้ในทางหลักการจะมีการแยกสถานภาพ 2 แบบของประชาชนคือ "พลเมือง" และ "ผู้บริโภค" ออกจากกันได้อย่างชัดเจนราวกับสีคนละสี แต่ทว่าในโลกแห่งความเป็นจริงแล้ว สถานภาพทั้งสองต่างคลุกเคล้าเข้าด้วยกันจนแทบจะแยกออกจากกันไม่ได้

ตัวอย่างเช่น แม้แต่การรับรู้ในหมู่ประชากรเมืองที่น่าจะมองประชาชนในฐานะ "พลเมือง" มากที่สุด เพราะตนเองมีปฏิบัติการทางสังคมอยู่ในปริมณฑลทางการเมือง แต่ก็มีข้อสังเกตว่า นักการเมืองมักจะเรียกผู้ลงคะแนนว่า "ประชาชนผู้เสียภาษี" ซึ่งเป็นการคิดถึงเรื่องทางเศรษฐกิจมากกว่าจะคิดถึง "ประชาชนในแง่พลเมืองที่ต้องคิดถึงผลประโยชน์ร่วม" และ "ไม่เพียงการรับรู้ระดับภาษาเท่านั้น เพราะในทางปฏิบัติที่เป็นจริง นักการเมืองที่มาจากแต่ละท้องถิ่นก็พยายามที่จะใช้ "อำนาจการเมือง" ตักตวงเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกลับไปสร้างความเจริญด้านวัตถุให้แก่เฉพาะท้องถิ่นของตน อันเป็นมิติทางเศรษฐกิจที่มีลักษณะส่วนตัวและพวกพ้อง นักการเมืองในสายตาของประชาชนจึงดูเหมือนเป็นหุ่นตัวหนึ่งที่มีการลงทุนด้วยคะแนนเสียงแล้วก็ทำกำไรในรูปแบบการนำทรัพยากรจากส่วนกลางมาทุ่มเทให้แก่ท้องถิ่น หลักการนี้ใช้อธิบายได้โดยง่ายกับนักการเมืองที่ถือว่าการเข้ามาเล่นการเมืองก็เป็นการลงทุนชนิดหนึ่งที่ต้องกอบโกยผลกำไรกลับไป ดังนั้น แม้แต่ภายในแวดวงของรูปแบบปริมณฑลทางการเมือง แต่โดยเนื้อหาสาระแล้ว ก็เป็นหลักการตลาดเพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวอย่างเต็มที่

พฤติกรรมการตัดสินใจออกเสียงเลือกตั้งจึงไม่จำเป็นต้องมีข้อมูลข่าวสารมากมาย ไม่จำเป็นต้องมีพื้นที่สาธารณะสำหรับอภิปรายได้เสีย เพราะพฤติกรรมดังกล่าวจะเปรียบเสมือนการซื้อสินค้าตัวหนึ่งที่สามารถตัดสินใจได้ง่าย ๆ และฉับพลัน (ตามราคาที่หวัคจะแนจะจ่ายให้) ระบบการปกครองระบอบประชาธิปไตยแบบ "การเมืองข้างนอก การค้าข้างใน" เช่นนี้จะไม่ให้ความสนใจว่ากระบวนการตัดสินใจทางการเมืองของประชาชนจะเป็นอย่างไร คงสนใจแต่ผลลัพธ์ที่จะออกมาจากการตัดสินใจเท่านั้น นอกจากนั้น การไขว่กันระหว่างมิติทางการเมืองและมิติทางธุรกิจการค้า ทำให้นักการเมืองมีสถานภาพเป็น "ผู้บริโภคร" ที่สามารถจะดึงตำแหน่งทางการเมืองได้โดยผ่านอำนาจในการซื้อเสียงของประชาชน ซึ่งแปรสภาพจาก "พลเมือง" ในมิติการเมืองไปเป็น "สินค้า" ชนิดหนึ่งในระบบตลาด

(ii) สำหรับในเรื่องการสื่อสารทางการเมือง (political communication) ซึ่งเป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการเมืองโดยนักการเมืองหรือรัฐเป็นผู้ส่งข่าวสาร แต่ทว่าเมื่อมีการผสมปนประหว่าง "ความเป็นพลเมือง" กับ "ความเป็นผู้บริโภคร" ดังที่กล่าวมาแล้ว **เนื้อหาสาระ** ที่นักการเมืองใช้ในการสื่อสารจึงมักไม่ค่อยเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ส่วนรวมเท่าใดนัก หากทว่าความสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองจะไปตกอยู่ที่การเลือกใช้กลยุทธ์เพื่อการโฆษณาในมน้าว ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดคือการประชุมชักฟอกรัฐบาลของฝ่ายค้านของไทยในแต่ละครั้ง จะเป็นการใช้กลยุทธ์ทางการเมืองสื่อสารเชือดเฉือนกัน มากกว่าจะมุ่งหวังให้การเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐอย่างแท้จริง ด้วยเหตุนี้ การเมืองในพื้นที่สาธารณะจึงมิใช่

ประเด็นทางการเมืองและทางเลือกตัดสินใจใช้นโยบายแต่ละแบบอย่างจริงจัง แต่ทว่ากลับเป็นเรื่องของรูปแบบการใช้วาทศิลป์ หรือการสร้างภาพลักษณ์มากกว่าการสร้างผลงาน ความหมายของการเมืองก็เบี่ยงเบนไปจากการแข่งขันกับเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนด้วยโครงการทางการเมืองแบบต่าง ๆ มาเป็นเรื่องของการประชาสัมพันธ์ การตกแต่งภาพลักษณ์ (เหมือนการตกแต่งหีบห่อและโฆษณาขายสบู่ก้อนหนึ่ง) การเมืองในทุกระดับกลายเป็นเรื่องของการซื้อ ๆ ขาย ๆ ไม่ว่าจะเป็นคะแนนเสียง ตำแหน่งรัฐมนตรี ฯลฯ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับเพียงแต่ว่าตลาดจะเป็นของผู้ซื้อหรือผู้ขายเท่านั้น

(iii) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนนั้น สื่อมวลชนถูกกล่าวหาว่ามีบทบาทอย่างมากในการให้คุณลักษณะของประชาชนเน้นหนักไปในทางมิติของ "ความเป็นผู้บริโภค" มากกว่า "ความเป็นพลเมือง" เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนกับประชาชนในทุก ๆ มิติ ล้วนแล้วแต่เป็นกลไกตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่สัดส่วนของสถาบันสื่อเองที่เน้นหนักด้านธุรกิจมากกว่าประโยชน์สาธารณะ รูปแบบการเปิดรับสื่อก็มีลักษณะเป็นปัจเจก (individual viewing pattern) เนื้อสารของสื่อก็กระตุ้นวัฒนธรรมบริโภคมากกว่าปลูกจิตสำนึกต่อส่วนรวม อาจสรุปได้ว่า วัฒนธรรมของสื่อปัจจุบันทำให้ "พลเมือง" กลายเป็น "ปัจเจก/ผู้บริโภค" และยังสามารถทำให้ "นักการเมือง" กลายเป็นเพียง "ดาราของเวทีสภา" เท่านั้น

ปัญหาปัจจุบันของเรื่องพื้นที่สาธารณะ

(ก) สภาพปัญหาของ "พื้นที่สาธารณะ" ในสังคมปัจจุบัน

หากนำกรอบแนวคิดเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์สังคมปัจจุบันแล้ว เราจะพบว่าสภาวะปัญหาเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ในสังคมปัจจุบัน จะมีดังนี้

(1) **สภาพของสังคมมวลชน (Mass society)** สภาพของสังคมมวลชนปัจจุบันก็มีคุณลักษณะดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า เป็นสังคมซึ่งใน **เชิงปริมาณ**ประกอบด้วยผู้คนจำนวนมากมายเข้ามาอยู่ร่วมกันในตัวเมือง (urban) มีชีวิตความเป็นอยู่แบบชาวเมือง (urbanization) กล่าวคือ มีความสะดวกสบายด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ แต่ทว่าใน **เชิงคุณภาพ**แล้ว กลุ่มคนจำนวนมากมานี้กลับไม่มีสายสัมพันธ์ทางสังคม (social relationship) ที่จะร้อยรัดพวกเขาให้เกิดความรู้สึกร่วมเป็นประชาคม/ชุมชน (community) ผู้คนเหล่านี้จึงต่างคนต่างอยู่ทั้งในทางกายภาพ (บ้านใครใครอยู่ อยู่ใครใครนอน) ทางจิตวิทยา (ธุระไม่ใช่) และทางสังคม (บ้านเมืองไม่ใช่ของเราคนเดียว) เพราะฉะนั้น "พื้นที่สาธารณะ" ทั้งในมิติกายภาพและมิติสังคม-การเมืองจึงสูญสลายไป และถึงแม้ว่าปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในเมืองจะยังเป็นปัญหาร่วม เช่น รถติด น้ำท่วม อากาศเป็นพิษ ค่าเงินบาทตกต่ำ ฯลฯ แต่เนื่องจากไม่มีพื้นที่สาธารณะที่จะระดมสรรพกำลังร่วมกันจากคนที่อยู่ในเมือง ทำให้ **วิธีแก้ปัญห**าจำเป็นต้องเลือกใช้ทางออกเป็นส่วนตัวดังที่ได้กล่าวมาแล้ว หรือมีฉะนั้นก็ต้องรอคอยความจริงจังและจริงจังจากรัฐอยู่ท่า

เดียว (จากแนวคิดเรื่องรัฐสวัสดิการ)

(2) การเกิดขึ้นของลักษณะการแบ่งงานกันทำ (Division of Labour) อย่างละเอียดจนกลายเป็นแต่ละคนทำงานที่ตนชำนาญเฉพาะอย่าง (specialization) ดังที่กล่าวมาในหัวข้อเรื่อง "ความเป็นพลเมือง" และ "ความเป็นผู้บริโภค" ว่า ปัจจุบัน ประชาชนทั่วไปจะถูกนิยามให้กลายเป็น "ผู้บริโภค" มากกว่าเป็น "พลเมือง" ซึ่งหมายความว่าพวกเขาจะถอยห่างออกไป "พื้นที่สาธารณะ" ที่ที่ค่อย ๆ ลางเลือนออกไปทุกทีเช่นกัน เพราะขาดปัจจัยสำคัญคือ กลุ่มคนที่จะเข้ามารวมตัวกัน และเนื่องจากสภาวะการแบ่งงานกันทำ จึงทำให้เกิด "ลัทธิรับทำแทน" ขึ้นมาแทนที่ บรรดาผู้บริโภคเหล่านั้นก็จะปล่อยให้การจัดการเกี่ยวกับเรื่องชีวิตสาธารณะกลายเป็นเรื่องของพวกมืออาชีพทางการเมืองที่ Habermas เรียกว่า "Spatial-Interest group" อันได้แก่ พวกนักการเมืองอาชีพ หนังสือพิมพ์ พวก lobbyist ราษฎรอาวุโส นักวิเคราะห์ข่าวการเมืองทางโทรทัศน์ ฯลฯ กลุ่มมืออาชีพในประเด็นสาธารณะเหล่านี้จะมีสถานภาพเป็น "ผู้เชี่ยวชาญ" (specialist) ที่จะออกมาแสดงความคิดเห็นเมื่อมีสภาพการณ์ที่จะต้องตัดสินใจในประเด็นสาธารณะ (เช่น รัฐบาลชุดนี้หมดความชอบธรรมแล้ว ประเทศไทยควรเข้าโรงเรียน IMF ฯลฯ) แต่ปัญหาก็คือ ความคิดเห็นของกลุ่มมืออาชีพประเด็นสาธารณะเหล่านี้สอดคล้องกับผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่หรือไม่ (เป็นมิติเรื่องความน่าไว้วางใจในตัวผู้เชี่ยวชาญ) หรือในอีกด้านหนึ่ง พลังทางความคิดเห็นของกลุ่มมืออาชีพเหล่านี้มีน้ำหนักมากพอจะผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เป็นจริงเป็นจังหรือเปล่า

เมื่อมีผู้มาทำหน้าที่แทนในการเป็น "พลเมือง" ไปแล้ว ประชาชนส่วนใหญ่ก็จะสวมหมวกอยู่เพียงใบเดียว คือการมีสถานภาพเป็น "ผู้บริโภค" อยู่ในสังคม กลุ่มคนเหล่านี้จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่อง สาธารณะต่าง ๆ แต่การรับรู้นั้นก็เปรียบเสมือนมีฉนวนทางสังคมที่มองไม่เห็น กันกลางอยู่ทำให้ไม่รู้สึกรู้สม ไม่รู้สึกรวามีส่วนเกี่ยวข้องอันใดกับตนเอง (เหมือนการนั่งดูการปะทะเปิดในโทรทัศน์ที่เราสามารถนั่งดูอยู่ได้โดยไม่รู้สึกรว่าสะเทือนกระเปิดอาจจะตกกระเด็นมาถึงตัวเรา) การมีฉนวนกันดังกล่าวทำให้ การรับรู้ข่าวสารเป็นไปอย่างตั้งรับ เชื่อยชา (passive) และไม่เกิดพลังผลักดัน ให้มีปฏิกิริยาโต้ตอบกลับมา เช่น ไม่มีการถกเถียง ไม่มีส่วนร่วมในเหตุการณ์ สาธารณะนั้น ในทั้ง 3 มิติ คือ มิติความคิดความเข้าใจ (ไม่มีความเห็นในเรื่องนี้) มิติอารมณ์ความรู้สึก (ไม่รู้สึกรวามีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้) และมิติการกระทำ (ไม่รู้สึกรว่าทำอะไรเกี่ยวกับเรื่องนี้)

เนื่องจากในข้อเท็จจริงทางสังคม มีกลุ่มคนอยู่หลาย ๆ ประเภท หลายชนชั้นในสังคม ดังนั้น แม้ว่าปรากฏการณ์ที่คนส่วนใหญ่ได้กลายเป็น "ผู้บริโภค" ที่ขาดความสนใจในเรื่องการเมืองส่วนรวมจะเกิดขึ้นในคนทุกกลุ่ม แต่ทว่ามูลเหตุจูงใจนั้นอาจจะมีที่มาแตกต่างกัน เราอาจจะแบ่งกลุ่มคนใน สังคมตามลักษณะของมูลเหตุจูงใจออกได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกความไม่สนใจที่จะสร้างพื้นที่สาธารณะขึ้นมาในสังคมนั้น ก็เนื่องมาจากพวกเขาเป็น **พวกที่ร่ำรวยและมีอภิสิทธิ์/อำนาจ**มากพอที่จะใช้ช่องทางอื่นในการบรรลุ ถึงทรัพยากรส่วนรวมของสังคมโดยไม่ต้องอาศัยกลไก "พื้นที่สาธารณะ" ตัวอย่างที่รับรู้กันอย่างชัดเจนในสังคมไทยก็คือ การให้สินบน การให้เงินใต้

ได้ะ การหาพรรคพวกเส้นสาย ฯลฯ ส่วนคนอีกกลุ่มหนึ่งนั้นได้แก่ **กลุ่มประชาชนที่ยากจนทั้งเงินทอง อภิสัทิธิ และอำนาจ** คนกลุ่มนี้ถอยห่างจากพื้นที่สาธารณะด้วยความเข้าใจและความรู้สึกที่ว่า ถึงตนเองจะพูดอะไรออกไป ก็ทำอะไรไม่ได้ หรือแม้จะทำอะไรก็ไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงดีขึ้น การเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับเรื่องสาธารณะก็จะไม่ได้อะไรจากเกมนี้ เป็นต้น

(3) **ปรากฏการณ์ "การล่าอาณานิคมในโลกแห่งชีวิต (Colonization of Lifeworld) Habermas** ตั้งคำศัพท์ที่ใช้พรรณนาถึงการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนว่า "Lifeworld" และได้บรรยายสภาวะการณ์ที่เป็นปัญหาของ Lifeworld ของผู้คนในสังคมปัจจุบันว่า ในยุคสมัยนี้ การดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนสมัยใหม่เป็นไปอย่างไม่มีอิสระ หากเป็นเสมือนทาสที่มองไม่เห็นตัวนาย (สังคมเป็นตัวบีบคั้น) เช่น มนุษย์ในกรุงเทพถูกบีบคั้นให้ต้องใช้เวลารวันละ 4-5 ชั่วโมงในการเดินทางไปมาระหว่างที่ทำงานกับบ้าน ถูกบีบคั้นให้หนึ่งทำงานอยู่กับงานที่ไม่ชอบ ถ้าไม่ทำก็ต้องตกงานและอดตาย ถูกบีบคั้นให้ดูโทรทัศน์ที่ไม่ชอบดูใจ แต่ก็ต้องดู เพราะไม่มีอะไรให้เลือก ฯลฯ ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ Habermas ชนานนามว่า การตกเป็นอาณานิคมของโลกแห่งชีวิตของผู้คน

ความแตกต่างระหว่างการตกเป็นอาณานิคมแบบใหม่กับแบบเดิมที่ผ่านมาก็คือ ในแบบสมัยใหม่นี้ จะมองไม่เห็น "ตัวบุคคล" ที่เป็นเจ้าอาณานิคม (รตติติไม่รู้จะโทษใคร/อากาศเป็นพิษไม่รู้เป็นเพราะใคร) แต่ในขณะที่ไม่มี "เจ้าอาณานิคม" นั้น แต่การล่าอาณานิคมและทาสนั้นมิอยู่อย่างแน่นอน อากาที่บ่งบอกว่ามีกรล่าอาณานิคมและทาสนั้นจะ

มองเห็นได้อย่างชัดเจนในเรื่องการสื่อสาร Habermas ระบุว่า โลกแห่งชีวิตประจำวันของผู้คนจะถูกเงินและอำนาจควบคุมบังคับทำให้การสื่อสารไม่เกิดขึ้น หรือเป็นไปได้ (เป็น domination communication) ตัวอย่างที่ยกมาแล้วก็คือ คนที่ต้องทำงานเป็นประจำอยู่ทุกวันทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบงานนั้นเลย แต่ก็ "ไม่พูดออกมา" หรือ "พูดไม่ออก" เพราะอำนาจเงินที่ปิดปากอยู่ (เงินเคยมีภาษีเกี่ยวกับอำนาจของเงินว่า "มีเงินใช้ให้ผีไม่แบ่งได้") เมื่อปราศจากการสื่อสาร พื้นที่สาธารณะก็ไม่มีวันที่จะได้แจ้งเกิด

(4) การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ Refeudalisation of public sphere เราได้กล่าวมาแล้วถึงต้นกำเนิดของการเกิด "พื้นที่สาธารณะ" ในโลกตะวันตก (เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส) เมื่อศตวรรษที่ 17-18 ว่า พื้นที่แห่งนี้เกิดขึ้นเพราะชนชั้นกลางได้เข้ามาสร้างเวทีแห่งการพูดคุยอภิปรายโต้เถียงประเด็นสาธารณะ และนำเอาผลสรุปจากการโต้เถียงดังกล่าวไปสร้างอำนาจต่อรองกับชนชั้นกษัตริย์และขุนนางชั้นสูง อย่างไรก็ตาม การต่อสู้ระหว่างชนชั้นเดิมกับชนชั้นใหม่นั้นก็ได้จบลงด้วยชัยชนะของฝ่ายหนึ่ง และความพ่ายแพ้ของอีกฝ่ายหนึ่งเสมอไป ดังที่ Naim (1964) เสนอว่า ในศตวรรษที่ 17 หลังจากต่อสู้มาได้ระยะหนึ่ง ชนชั้นกระฎุมพีของอังกฤษก็ได้หันมาจับมือประนีประนอมแบ่งผลประโยชน์กับชนชั้นขุนนาง นี่จึงทำให้อุดมการณ์การเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสังคมที่ชนชั้นนี้ได้นำเสนอมาแต่แรกกลายเป็นหมันสำหรับความตื่นตัวของชนชั้นกรรมกรนั้นก็ไม่เกิดขึ้นเนื่องจากลัทธิมาร์กซ์เข้ามาเผยแพร่ในอังกฤษช้าเกินไป ฉากสุดท้ายของการต่อสู้ทางชนชั้นในอังกฤษจึงกลายเป็นการปฏิรูป แทนที่จะเป็นการปฏิวัติ

ผลสืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมดังกล่าวทำให้โฉมหน้าของพื้นที่สาธารณะแปรเปลี่ยนตามไปด้วย กล่าวคือ แทนที่ในพื้นที่นี้จะเปิดให้มีการอภิปรายถกเถียงแบบประชาธิปไตยและมีส่วนร่วม เวทีนี้ก็กลับกลายเป็นสถานที่เพื่อการแสดงละครและประกอบพิธีกรรมทางการเมืองของบรรดาดูแสดงทางการเมือง (Display a ceremony of political actors) ที่ไม่ได้มีผลจริงจังก่อตัวชีวิตสาธารณะ (ตัวอย่าง เช่น การประชุมรัฐสภา) Habermas เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า "การฟื้นคืนชีพแบบศักดินาในพื้นที่สาธารณะ" (Refeudalisation of public sphere)

ปรากฏการณ์ดังกล่าวสามารถนำมาใช้อธิบายได้ในสังคมที่มีสื่อสมัยใหม่มากมาย เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ฯลฯ และดูเหมือนว่าในรายการหรือพื้นที่ของสื่อเหล่านี้จะมีการนำข่าวสารการบ้านการเมืองการวิเคราะห์เจาะลึกข่าวการเมือง รายการเกาะติดการเลือกตั้ง รายการสนทนาประชา ธิปไตย ฯลฯ แต่กลับปรากฏว่า ท่ามกลางความท่วมท้นของรายการดังกล่าว กลับมีการกีดกัน/ผลักดันให้คนส่วนใหญ่ออกจากพื้นที่สาธารณะ ทั้งนี้ หากนำคำถามเดิมของ Habermas มาย้อนถามอีกครั้งก็คือ บนพื้นที่หน้าสื่อเหล่านี้ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงหมอผีที่ปลุกชีพของพื้นที่สาธารณะที่มีลักษณะแบบศักดินาแบบศตวรรษที่ 16 ให้เกิดใหม่ขึ้นมาอีกครั้งหรือเปล่า

อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อน่าสังเกตว่า สำหรับโฉมหน้าของการกีดกันประชาชนออกไปจากพื้นที่สาธารณะในรูปแบบเก่า (สังคมยุโรป ศตวรรษที่ 17-18) กับรูปแบบใหม่ (สังคมที่มีสื่อมวลชนในศตวรรษที่ 20) นี้ ก็มีความ

แตกต่างกันในเชิงคุณภาพ รูปแบบการกีดกันแบบเดิมนั้นดำเนินการอย่างเปิดเผยตรงไปตรงมา แบบหมากชั้นเดียว (ห้ามชุมนุมกันทางการเมืองเกินกว่า 5 คน) แต่ทว่าสำหรับรูปแบบใหม่จะมีลักษณะแฝงเร้นซับซ้อนแบบหมากหลายชั้น สำหรับรูปแบบอย่างเก่านั้นประชาชนจะไม่มีโอกาสได้มองเห็น "พื้นที่สาธารณะ" เลย (เพราะข้อห้ามไม่ให้ประชาชนร่วมชุมนุมของสุ่มหัวกัน) แต่รูปแบบใหม่นั้น จะเปิดเผยให้ประชาชนมองเห็น "พื้นที่สาธารณะ" ได้อย่างชัดเจน หากทว่าบนเวทีแห่งนั้นได้มีผู้จับจ้องการแสดงทางการเมืองเอาไว้แล้ว ส่วนประชาชนนั้นจะมีฐานะเป็นเพียงผู้เฝ้าดูเท่านั้น สังคมเช่นนี้ Habermas เรียกว่า "สังคมแห่งคนดู" (Society of spectacle) พื้นที่สาธารณะจึงมิใช่เป็นสถานที่ที่ประชาชนจะได้ร่วมโต้แย้งกันด้วยเหตุผลดังที่มีจุดเริ่มต้นมา แต่กลับกลายเป็นเวทีแสดงละครของนักแสดงทางการเมืองทั้งหลายโดยมีประชาชนคอยเกาะเวทีปรบมือหรือให้อาอยู่ข้างล่าง

ลักษณะของพื้นที่สาธารณะที่เบี่ยงเบนไปจากต้นฉบับเดิมนี้นำให้ "ความเป็นสาธารณะ" ที่เกิดขึ้นเป็นเพียง "สาธารณะเทียม" (pseudo-event) ในพื้นที่สาธารณะแบบเทียมเช่นนี้ ปฏิบัติการทางการเมืองของบรรดาตัวแสดงทางการเมือง เช่น นักการเมือง รัฐบาล หรือฝ่ายค้าน ก็จะเน้นหนักเรื่องการแสดง การเป็นดารา การแต่งตัว บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ ฯลฯ ในขณะที่ด้านฝ่ายประชาชนก็จะเป็นผู้รับที่อาจจะมีความคิดเห็นมีอารมณ์ความรู้สึก แต่ไม่มีช่องทางจะเข้าไปมีส่วนร่วมบนเวทีได้ ในบางกรณี อาจจะมีประชาชนบางกลุ่มที่มีความคับข้องใจต่อสถานะพื้นที่สาธารณะเทียมดังกล่าว และอาจจะแสดงความคิดเห็นอย่างรุนแรงหรือแสดงอารมณ์อย่าง

เดิมทีในพื้นที่สาธารณะ อย่างไรก็ตาม หากผลจากการแสดงความคิดเห็น และอารมณ์ความรู้สึกดังกล่าว (ในกรณีของไทย อาจมีความรุนแรงถึงขนาดฆ่าตัวตายประท้วงรัฐบาลอยู่หน้ารัฐสภา) ไม่มีพลังอำนาจมากพอที่จะผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างอำนาจระหว่างรัฐกับประชาชนเช่น พื้นที่สาธารณะในศตวรรษที่ 17 เคยทำหน้าที่มาแล้ว พื้นที่สาธารณะดังกล่าวจะแปรสภาพไปเป็นเวทีระบายความคิดเห็นที่คับข้องใจซึ่งเปรียบเสมือนลิ้นนิรภัยหรือท่อระบายน้ำเสียทั้งเท่านั้น (outletting safety valves)

จากแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะที่กล่าวมาข้างต้นนี้ให้บทสรุปประการหนึ่งว่า เรื่องพื้นที่สาธารณะนั้นเป็นเรื่องที่ไม่หยุดนิ่ง หากทว่ามีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การที่พื้นที่สาธารณะแบบดั้งเดิมจะถูกแปลงให้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะแบบเทียม ๆ (pseudo-public sphere) หรือกลายเป็นเวทีการแสดง (display) ของกลุ่มผู้มีอำนาจในสังคม ก็ขึ้นอยู่กับ การต่อสู้ช่วงชิงพื้นที่ดังกล่าวจากคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม ตามแนวคิดเรื่อง Hegemony ของ A. Gramsci ที่กล่าวว่า พื้นที่ทางวัฒนธรรม/ความคิด/จิตสำนึกอุดมการณ์นั้นจะมีการต่อสู้ช่วงชิงกันอยู่ตลอดเวลา ในกรณีของประเทศไทยวิจัยของนิรุช (2540) ได้แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดในการศึกษาเรื่อง "สนามหลวง" ซึ่งโดยลักษณะทางกายภาพแล้วอาจมีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก แต่ทว่าในแง่หน้าที่ทางสังคม-การเมือง-วัฒนธรรม สนามหลวงได้ถูกเปลี่ยนแปลงไปมาอย่างโหดโหดโชนจนทระยานอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยพบว่าต้นกำเนิดของสนามหลวงเริ่มมาพร้อม ๆ กับการก่อตั้งกรุงรัตนโกสินทร์ กลุ่มบุคคลที่มีสิทธิใช้พื้นที่สาธารณะแห่งนี้ได้แก่

พระมหากษัตริย์และพระราชวงศ์ กิจกรรมที่ใช้จัดก็คือ งานพระราชพิธีต่าง ๆ (ที่สำคัญคือใช้เป็นพระเมรุเผาศพ) หรือใช้เป็นที่ทำนาหลวง หลังจากนั้นก็ขยายกิจกรรมออกไปตามการเคลื่อนไหวของพระมหากษัตริย์ เช่น เป็นสถานเลี้ยงต้อนรับการเสด็จกลับจากประพาสยุโรปของรัชกาลที่ 5 เมื่อสงครามไทยก่อกวนเข้าสู่ยุคพาณิชย์นิยมมากขึ้น เมื่อกรุงเทพมหานครครบรอบ 100 ปี สถานที่แห่งนี้ก็ถูกใช้เป็นที่จัดงานแสดงสินค้า (มิติด้านธุรกิจ) และขยายออกมารองรับกิจกรรมของคนกลุ่มใหม่ในสังคม คือ การเล่นกีฬา การเล่นวอร์ซึ่งเป็นรูปแบบการใช้เวลาว่างของชนชั้นกลาง ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง 2475 ความคิดเกี่ยวกับ "ชาติ" เริ่มก่อตัวขึ้นในความหมายใหม่ กิจกรรมในพื้นที่สาธารณะแห่งนี้ก็ได้ขยายตัวไปรองรับแนวคิดใหม่ดังกล่าว ดังนั้น สนามหลวงจึงกลายเป็นที่จัดกิจกรรมระดับชาติ เช่น งานปีใหม่ วันรัฐธรรมนูญ งานสงกรานต์ ฯลฯ นอกเหนือจากกิจกรรมในลักษณะงานพิธีแล้ว ในขั้นต่อมา มิติใหม่ของกิจกรรมที่สนามหลวงที่เปิดตัวต่อมาก็คือ มิติทางการเมือง โดยเริ่มต้นจากแบบเบา ๆ คือ การไฮด์ปาร์กทางการเมืองที่ได้แบบอย่างมาจากอังกฤษ จนกระทั่งมาถึงการเมืองแบบแรงๆ เช่น การชุมนุมประท้วง 14 ตุลาคม 2516 จนกระทั่งถึงเหตุการณ์นองเลือด 6 ตุลาคม 2519

ปัจจุบัน สนามหลวงได้กลายเป็นพื้นที่สาธารณะที่ประมวลเอา กิจกรรมสาธารณะที่เคยมีมาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบันเอาไว้อย่างครบครัน และยังได้พยายามเปลี่ยนโฉมหน้าของพื้นที่แห่งนี้ให้คลายออกจากมิติทางการเมือง โดยเลื่อนเข้ามาหามิติด้านการพักผ่อนหย่อนใจให้มากขึ้น ดังนั้น ปัจจุบันสนามหลวงจึงมีหน้าที่หลักคือ เป็นสวนสาธารณะ โดยหน้าที่อื่น ๆ

นั่นก็อาจจะถูกกลุ่มสังคมกลุ่มต่าง ๆ นำมาช่วงชิงแสดงปฏิบัติการทางสังคมให้ปรากฏเห็นเป็นระยะๆ

(ข)การวิเคราะห์สาเหตุและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาพื้นที่สาธารณะในปัจจุบัน

สำหรับปรากฏการณ์ที่เป็นปัญหาของพื้นที่สาธารณะยุคปัจจุบันในแง่มุมต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมานั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้วิเคราะห์ถึงเหตุและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพการณ์ดังกล่าว ดังที่จะได้ยกตัวอย่างแนวคิดของนักวิชาการบางท่านดังนี้

(1) เนืองมาจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (culture industry)

นักวิชาการสำนัก Frankfurt เช่น Adorno วิเคราะห์สภาพการณ์ที่พื้นที่สาธารณะนั้นสูญสลายไปหรือดำรงอยู่ในรูปแบบที่บิดเบี้ยวไปจากของเดิมว่าเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนรูปแบบการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในยุคทุนนิยมที่กลายรูปมาเป็น "อุตสาหกรรมวัฒนธรรม" (culture industry) อุตสาหกรรมวัฒนธรรมมีลักษณะสำคัญ ๆ หลายประการ เช่น นำเอาระบบสายพานและเทคโนโลยีมาสร้างวัฒนธรรม (ตัวอย่างเช่น วงการผลิตเทปเพลง) นำเอาเป้าหมายของระบบทุนนิยมคือ ธุรกิจการค้าและการแสวงหากำไรมาใช้ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมแทนเป้าหมายเดิม ๆ ของการผลิตวัฒนธรรม รายการโทรทัศน์รายการใดที่ทำเรตติ้งได้สูงก็จะสามารถดำรงอยู่ได้แม้จะไม่มีสุนทรียะ หรือไม่มีประโยชน์เลยก็ตาม นำเอามูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) มาวางอยู่เหนือมูลค่าใช้จ่าย (use value) (เช่น ถ้าตัวมี

ราคาแพงก็แปลว่าเป็นคอนเสิร์ตที่มีคุณภาพ) และส่วนที่สำคัญที่สุดก็คือ วัฒนธรรมดังกล่าวจะสอนให้มนุษย์มีจิตสำนึกที่จะยอมรับระบบที่มีอยู่โดยไม่มีความคิดวิพากษ์วิจารณ์ (critical thinking) ด้วยการสร้างอุดมการณ์ที่ปิดกั้นทางเลือกอื่น ๆ ที่จะออกจากระบบทุนนิยม

ในท่ามกลางผลผลิตทางวัฒนธรรม (cultural product)

หลาย ๆ อย่างนี้ ผลผลิตที่มีมากที่สุดเกิดมาจากวัฒนธรรมด้านสื่อ วัฒนธรรมดังกล่าวได้ใช้รูปแบบการผลิตของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างเต็มตัว และเมื่อการสร้างวัฒนธรรมเป็นเรื่องของธุรกิจการค้าก็ทำให้ลดหน้าที่สำคัญ ๆ หลายประการที่เคยมีอยู่ในวัฒนธรรมของประชาชน (Folk culture) เช่น หน้าที่การวิพากษ์วิจารณ์ (ซึ่งอาจจะยังพบร่องรอยอยู่ได้ในบรรดาเพลงลูกทุ่ง) หน้าที่ที่ช่วยให้คนตรวจสอบและทำความเข้าใจกับสภาพชีวิตของตัวเอง สิ่งที่วัฒนธรรมอุตสาหกรรมจะนำเสนอให้แก่ประชาชนจะมีแต่หน้าที่ให้ความบันเทิงเพียงประการเดียว (เพื่อเป็นยาฝิ่นระงับความเจ็บปวดจากสภาพชีวิตประจำวันที่ถูกครอบครองเป็นอาณานิคม) Adorno จึงกล่าวว่า หน้าตาของวัฒนธรรมอุตสาหกรรมนั้นจึงมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมแบบเด็ก ๆ เป็นความบันเทิงแบบง่าย ๆ มีแต่เสียงหัวเราะและความสนุกสนานดูได้เพลิน ๆ โดยไม่ต้องใช้ความคิด (ตัวอย่าง เช่น เพลงไทยสากล และละครโทรทัศน์) และประชาชนผู้ชมก็จะถูกหลอหลอมให้อยู่กับวัฒนธรรมแบบเด็ก ๆ ดังกล่าว (ถ้าจำเป็นต้องขบคิดเรื่องอะไรหนัก ๆ ก็จะมีรู้สึกปวดหัวตัวร้อน) ด้วยเหตุนี้ ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมสมัยใหม่จึงเป็นวัฒนธรรมที่ปลอดจาก "การเมือง" ในความหมายที่แท้จริง

(depoliticized culture) และนี่เป็นสาเหตุที่อธิบายการสูญสลายไปของพื้นที่สาธารณะของแท้ท่ามกลางปริมาณอันล้นเหลือของพื้นที่สาธารณะจอมปลอม

(2) การแยกขาดระหว่างโลกส่วนรวมกับโลกส่วนตัว

ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างสังคมสมัยก่อนกับสังคมปัจจุบันก็คือ การแยกขาดระหว่างโลกส่วนรวม (public) กับโลกส่วนตัว (private) ในสังคมสมัยใหม่ การแยกระหว่างโลกสองโลกนี้จะมีลักษณะเด่นชัดมากยิ่งขึ้น ดังที่เราจะได้ยินประโยคที่พูดว่า "อย่าเอาเรื่องส่วนตัวมาปนกับเรื่องการทำงาน" อันเป็นอุดมการณ์ที่คนสมัยใหม่ยอมรับ (แต่จะทำได้จริงหรือเปล่าเป็นเรื่องหนึ่ง) จากลักษณะการแยกขาดดังกล่าวส่งผลสะท้อนมาถึงเรื่อง**แบบวิถีในการบริโภคสื่อ** (mode of media consumption) ซึ่งนับวันก็ยิ่งกระทำในมิติส่วนตัวมากยิ่งขึ้น เช่น เราอ่านหนังสือพิมพ์/นิตยสาร ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ อยู่ในบริเวณบ้านแทบทั้งสิ้น รูปแบบการบริโภคดีังกล่าวย่อมทำให้ขาดโอกาสที่จะได้ร่วมวิพากษ์วิจารณ์ ได้เปิดอภิปรายโต้เถียงอันเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของพื้นที่สาธารณะ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสื่อสมัยใหม่ ๆ เช่น วิทยุ/โทรทัศน์เป็นสื่อทางเดียว (one-way communication) ที่ไม่เปิดโอกาสให้มีปฏิริยาตอบโต้กลับไปยังผู้ส่งสารได้อย่างฉับพลัน ก็ยิ่งเท่ากับปิดประตูตายสำหรับการพูดคุยวิพากษ์วิจารณ์ ดังนั้น จึงเป็นหลักทั่วไปว่า ยิ่งวัฒนธรรมแบบส่วนตัวเพิ่มสัดส่วนมากขึ้นในแบบวิถีของการบริโภคสื่อมากเท่าใด (เช่น บ้านที่มีโทรทัศน์มากกว่าหนึ่งเครื่อง รูปแบบคอนเสิร์ตมีปริมาณน้อยกว่าการฟัง walkman ฯลฯ) เมื่อนั้น ศักยภาพของสื่อมวลชนที่จะช่วยทำการสื่อสารแบบ

ปลดปล่อยโลกแห่งชีวิตประจำวันของประชาชนก็จะยิ่งมีน้อยลงไปเท่านั้น แต่กลับไปเพิ่มสัดส่วนการครอบงำมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการสื่อสารตามลำพังอย่างโดดเดี่ยวจะทำให้ผู้รับมีปฏิกริยาที่ต้งรับ (passive) มากกว่าการรับสื่ออย่างเป็นกลุ่ม

(4) การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมผู้เชี่ยวชาญหรือวัฒนธรรม broker ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วถึงลักษณะของสังคมสมัยใหม่ที่มีการแบ่งงานกันทำอย่างสูงมาก และทำให้เกิดผู้เชี่ยวชาญในงานแต่ละชนิด อันมีผลทำให้แม้แต่เรื่องการเข้าไปมีส่วนร่วมในชีวิตทางสังคม คนทั่วไปก็ได้อบรมหมายให้มี "ผู้มารับไปทำแทน"

การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมผู้เชี่ยวชาญหมายถึงการเกิดขึ้นของผู้ที่ได้รับมอบหมายจากสังคมให้ดำเนินการพิเศษอย่างใดอย่างหนึ่ง เนื่องจากบุคคลกลุ่มนั้นมีความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญมากกว่าคนอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อคนส่วนใหญ่ไม่มีเวลาที่จะติดตามข่าวสารการเมืองได้อย่างรอบด้าน ก็จะมีกลุ่ม knowledge-broker ที่ทำหน้าที่เฉพาะในการติดตามข่าวสารการเมืองมาทำหน้าที่สรุปวิเคราะห์สภาพการณ์ทางการเมืองให้ฟัง กลุ่มบุคคลเหล่านี้ก็ได้แก่ปัญญาชน นักวิชาการ ผู้รู้ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เมื่อเกิดกลุ่ม knowledge broker ในเรื่องใดขึ้นมา ประชาชนทั่วๆ ไปก็ไม่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในเรื่องดังกล่าวโดยตรง แต่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวจะช่วยทำหน้าที่ให้แทน

ในการนี้สื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างสำคัญในเรื่องการก่อสร้างและการสืบทอดวัฒนธรรมผู้เชี่ยวชาญเนื่องจากสื่อมวลชนมีศักยภาพในการ

ให้สถานภาพแก่บุคคล (status conferral) กล่าวคือ สามารถทำให้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถ (expert) กลายเป็น "ผู้มีชื่อเสียงที่คนรู้จักไปทั่ว" (celebrity) ฉะนั้นในสังคมยุคข่าวสาร จะหาผู้ที่ได้รับการยอมรับว่ามีความรู้ความสามารถโดยไม่ได้ผ่านเส้นทางของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ แทบไม่พบแล้ว สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ประดุจเป็นพื้นที่สาธารณะที่นำเสนอปัญญาชน นักวิชาการ ผู้มีความชำนาญการสาขาวิชาชีพต่าง ๆ รวมทั้งบุคลากรของสื่อมวลชนเองให้พูดในนามของ "สาธารณะ" ดังตัวอย่างเช่น รายการซักถามอภิปรายต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับสภาพการณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมผู้เชี่ยวชาญนี้ในกรณีของสังคมไทย เราจะพบว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจเกิดขึ้น กล่าวคือ ได้มีปัญญาชน นักวิชาการ ทั้งที่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย และสถาบันการศึกษาอื่น ๆ ผู้เชี่ยวชาญจากแวดวงวิชาชีพต่าง ๆ ได้เข้ามาใช้พื้นที่ในสื่อทุกประเภท นับตั้งแต่หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ ในการถ่ายทอดเผยแพร่ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของตนในประเด็นสาธารณะ การก้าวเข้ามาในพื้นที่สาธารณะของสื่อมวลชนดังกล่าวมีในหลายระดับ ตั้งแต่เพียงส่งข้อเขียนมาเป็นครั้งคราว มาเป็นนักเขียนคอลัมน์ประจำของหนังสือพิมพ์ มาเป็นพิธีกรดำเนินรายการวิทยุ และโทรทัศน์จนกระทั่งมาเป็นเจ้าของรายการวิทยุและโทรทัศน์เอง (สนใจโปรดดู นพมาศ (2541))

สำหรับการวิเคราะห์บทบาทของสื่อมวลชนที่กล่าวมาข้างต้นนั้น ดูจะเป็นการมองบทบาทของสื่อที่มีต่อเรื่องพื้นที่สาธารณะในแง่ร้ายและ

ในแง่ลบเพียงด้านเดียว แต่ในสภาพที่เป็นจริง มีกรณียกเว้นอยู่หลายกรณีที่แสดงให้เห็นว่า มีสื่อมวลชนบางแห่งที่ได้พยายามฟื้นฟูบทบาทของการเป็นกลไกในการสร้างพื้นที่สาธารณะดังเช่นที่ หนังสือพิมพ์ในศตวรรษที่ 17 เคยดำเนินการมา Scannell P. (1986) ได้ทำการศึกษาระบบการกระจายเสียงสมัยใหม่ เช่น วิทยุ และโทรทัศน์ที่พยายามดำเนินการตามหลักการดังกล่าว เช่น ในกรณีของ BBC ของอังกฤษ โดยที่วิทยุและโทรทัศน์ในระดับชาติจะพยายามดำเนินงานโดยยึดหลัก 2 ประการคือ **ต้องเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้าถึง และต้องนำเสนอรายการในหลาย ๆ รูปแบบ (mixed program)** โดยผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์นี้เอง ประเด็นต่าง ๆ ที่สื่อหยิบมาเล่นก็จะกลายเป็นประเด็นสาธารณะขึ้นมา และส่งผลให้รัฐต้องดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม R. Williams ได้ตั้งข้อสังเกตวิธีการปฏิบัติงานของ BBC ว่า ยังมีข้ออ่อนอยู่ 2 ประการคือ ประการแรกยังใช้ทำที่แบบ "คุณพ่อรู้ดี" (paternalistic) โดยวางตัวว่า BBC เป็นผู้ที่ดีว่า ประชาชนที่เปรียบเสมือนเด็ก ๆ ต้องการที่จะดูหรือจะฟังอะไร ประการที่สอง BBC ยังคงสงวนท่าทีอย่างมากที่จะต่อว่าหรือต่อรองกับผู้มีอำนาจในสังคม แต่ทว่าข้อสังเกตของ Williams นี้ก็เป็นจริงอยู่เฉพาะช่วงที่ BBC ยังสามารถผูกขาดดำเนินการอยู่เพียงเจ้าเดียว เนื่องจากในช่วงเวลาต่อมา เมื่อรัฐบาลอังกฤษต้องยอมอนุญาตให้มีสถานีโทรทัศน์เอกชน (ITV) เกิดขึ้นมา และกลายเป็นคู่แข่งคนสำคัญของ BBC BBC ก็ต้องปรับท่าทีใหม่ให้มีลักษณะประชาธิปไตยมากขึ้น ซึ่งมีผลสืบเนื่องให้เกิดรายการประเภทที่มีวิธีการ

นำเสนออย่างเปิดกว้างและสร้างความนิยมจากกลุ่มผู้ดูผู้ชมหรือผู้ฟัง (popular & open style) (ในกรณีของไทย อาจเทียบเคียงได้กับการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเสนอข่าวอย่างซึ่งซึ่งเป็นทางการมาเป็นการเสนอข่าวแบบเป็นกันเอง) เช่น รายการ News & Talk ที่มีการเปิดสายให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้าไปพูดคุยด้วย

นอกจากนั้นในฝ่ายนักข่าวและผู้ปฏิบัติงานในองค์กรสื่อเองก็พยายามที่จะดำเนินงานโดยให้เป็นอิสระจากกลุ่มต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล พรรคการเมือง สภากาแฟ และแหล่งอิทธิพลต่าง ๆ ด้วยการสร้างกลไกการควบคุมกันเองขึ้นมา (self-censorship) ด้วยเหตุนี้ แม้ว่ารัฐจะพยายามเข้ามาแทรกแซงใช้สื่อดังกล่าวเพื่อก้าวเข้ามามีอำนาจควบคุมในพื้นที่สาธารณะ ก็ไม่อาจทำได้ง่ายนัก

เส้นทางเดินต่อไปสำหรับอนาคต

ปัจจุบันนี้ประเทศต่าง ๆ ในโลกล้วนได้มีประสบการณ์ในการนำเอาระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทน (representative democracy) มาใช้นับเป็นเวลา 3 ศตวรรษมาแล้ว และต่างก็ได้เห็นแล้วว่า ระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทนนั้นมีใช้ระบบที่สามารถทำงานเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมหรือตอบสนองผลประโยชน์ของคนทุกกลุ่มได้ แม้แต่ในประเทศตะวันตกเช่น อเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส ที่เป็นต้นแบบของประชาธิปไตยแบบตัวแทน เราก็จะพบเห็นข่าวอยู่เสมอว่า จะมีกลุ่มคนงานหยุดงานประท้วง กลุ่มชาวไร่่อ่งุน เอา่อ่งุนมาทึงปิดถนน ฯลฯ เพื่อต่อรรักษาผลประโยชน์ของตัวเองโดยที่ผู้แทนในสภาไม่อาจทำหน้าที่ให้ได้ ซึ่งก็หมายความว่า ในสังคมจะมีระบบ

การเมือง 2 ระบบควบคู่กันไป แบบ Two in one คือระบบประชาธิปไตยแบบมีตัวแทน และระบบประชาธิปไตยแบบทางตรง ที่อาจจะมีรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ เช่น การชุมนุมประท้วงเดินคู่ขนานกันไปอย่างเคียงบ่าเคียงไหล่

และดังที่ได้กล่าวพาดพิงมาบ้างแล้วในตอนต้น ๆ ถึงความคิดของนักอนาคตวิทยา เช่น A. Toffler ที่นำเสนอว่า ระบบประชาธิปไตยแบบตัวแทนนั้นเกิดขึ้นเนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องระยะทาง/พื้นที่/เวลา ที่ไม่เปิดโอกาสให้ปริมาณคนจำนวนมาก ๆ เข้ามาแสดงความคิดเห็นและลงคะแนนเสียงในเวลาเดียวกันได้ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะด้านคอมพิวเตอร์ได้ปลดปล่อยข้อจำกัดเรื่องระยะทางและเวลาลงไปได้อย่างมากแล้ว ดังนั้น จึงอาจเป็นไปได้ว่า ในอนาคตสำหรับประเด็นสาธารณะ (public issues) ที่มีผลกระทบถึงคนจำนวนมาก เช่น การสร้างเขื่อน การสร้างโรงงานไฟฟ้านิวเคลียร์ การกู้เงินจาก IMF การจัดสรรงบประมาณให้แก่กระทรวงทบวงกรมต่าง ๆ ฯลฯ น่าจะเปิดโอกาสให้มีการใช้ประชาธิปไตยแบบโดยตรงได้ (direct democracy) และสัดส่วนของประชาธิปไตยโดยตรงนี้น่าจะเพิ่มมากขึ้นและเข้าแทนที่ระบอบประชาธิปไตยแบบตัวแทนให้มากขึ้น

แต่ทว่า การที่จะดำเนินการให้ระบอบประชาธิปไตยแบบโดยตรงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพนั้น นอกเหนือจากความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่สามารถลดข้ออำนวยให้มีการคะแนนออกเสียงได้โดยตรงแล้ว การที่ต้องมี "พื้นที่สาธารณะ" เพื่อให้มีเวทีสำหรับการนำเสนอข้อมูล (Speech act แบบ constatives) การอภิปรายโต้แย้งกันอันเป็นเงื่อนไขสำคัญก่อนที่จะ

ใช้สิทธิออกเสียงเป็นขั้นตอนที่เป็นหัวใจของระบอบประชาธิปไตย (practical rationality) ซึ่งผู้ที่จะใช้สิทธิออกเสียงนั้นต้องเป็น "พลเมือง" มิใช่ "ผู้บริโภค" ในการสร้างพื้นที่สาธารณะดังกล่าว บทบาทของ communicative action จะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอย่างไม่อาจจะขาดได้ ในกรณีของไทยนั้น พัทธัย (2541) ที่ได้ใช้แนวคิดของ A. Gramsci เกี่ยวกับ War of position และ War of movement มาใช้อธิบายกรณีการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ผู้วิจัยพบว่า เมื่อจะมีการชุมนุมประท้วงเคลื่อนไหว ประเด็นสังคมต่าง ๆ เช่น การสร้างท่อก๊าซ การสร้างโรงงานไฟฟ้าเตาเผาขยะ ฯลฯ ที่จัดว่าเป็น War of movement นั้น ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่มักจะมี ความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ไม่กระจ่าง การได้รับข้อมูลข่าวสารก็ไม่เพียงพอ (จึงมักถูกกล่าวหาว่าเป็นม็อบจัดตั้ง เพราะไม่รู้เรื่องราวที่มาชุมนุมประท้วง) ดังนั้น หากมีการติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเสียก่อนในขั้นตอนของ War of position (สงครามแย่งชิงพื้นที่ทางความคิด) ด้วยการแพร่กระจายข้อมูลให้เต็มที่และมีกระบวนการเหลาคำคิดของผู้ร่วมชุมนุม ให้แหลมคมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (หน้าที่นี้ก็คือหน้าที่ของพื้นที่สาธารณะแบบดั้งเดิมนั่นเอง) การเตรียมพร้อมดังกล่าวน่าจะเป็นหลักประกันในชัยชนะของขั้นตอน war of movement ได้อย่างดี

ส่วนจุดยืนของ Habermas สำหรับสังคมประชาธิปไตยในอนาคตที่จะต้องก้าวไปข้างหน้าจากระบอบประชาธิปไตยในปัจจุบันก็คือ ต้องแสวงหา รูปแบบสมานฉันท์ทางสังคมรูปแบบใหม่ ๆ (New Solidarity) ที่วางอยู่บนพื้นฐาน "ความเป็นพลเมือง" (มิใช่ผู้บริโภค) ของประชาชน โดยอาศัยรูปแบบ

การสื่อสารที่มีอยู่เป็นมรรควิถี (material condition) ในการนี้ การออกแบบแนวคิดและแนวปฏิบัติเรื่อง "พื้นที่สาธารณะ" ในความหมายดั้งเดิมเป็นโครงการทางการเมือง (political project) ภาคประชาชนที่ต้องดำเนินการโดยยึดหลักการที่สำคัญ ดังนี้ เช่น

- พื้นที่สาธารณะไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดก็ตาม (ร้านค้าแฟ รายการโทรทัศน์ กลุ่มสมาคมชมรม ฯลฯ) ต้องเป็นสถาบันที่เป็นอิสระทั้งจากรัฐและระบบตลาด

- มีพื้นที่สาธารณะของกลุ่มสังคมที่หลากหลายที่ล้วนสนใจผลประโยชน์ร่วมกันของสังคมมากกว่าจะมุ่งหน้าแต่ปกป้องผลประโยชน์เฉพาะกลุ่ม และกลุ่มเหล่านี้ควรมีเครือข่ายการติดต่อสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอ

- เป็นพื้นที่ที่พิจารณาสมาชิกผู้เข้าร่วมในฐานะ "พลเมือง" ผู้สนใจและเข้าร่วมในความเป็นไปของสังคมส่วนรวม มากกว่าเป็น "ผู้บริโภค" มีหน้าที่เพียงแต่เกาะเวทีดูชมความเป็นไปของบ้านเมือง

สำหรับปัจจัยที่จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์พื้นที่สาธารณะในสังคมยุคใหม่นั้น จะมีดังนี้

(1) การริเริ่มในปริณทลของประชาสังคม (civil society) ปัจจุบัน แนวคิดเรื่อง "ประชาสังคม" เริ่มเป็นแนวคิดที่ได้รับความสนใจทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยด้วย ดังที่มีประจักษ์พยานว่า ได้มีข้อเขียนเกี่ยวกับเรื่องประชาสังคมเพิ่มมากขึ้นทุกที เช่น **ประชาสังคม: ทรรศนะนักคิดใน**

สังคมไทย (2540) นพ.ชูชัย ศุภวงศ์ และยุวดี คาคการณ์ไกล (บก.)
ขบวนการประชาสังคมไทย (2540) อนุชาติ พวงสำลี และกฤตยา อาชวนิจกุล (บก.) ความสนใจในเรื่องประชาสังคมอันหมายถึงการให้ความสนใจกับการดำเนินการโดยภาคประชาชนนั้นน่าจะเกิดมาทั้งจากปัจจัยตั้งและปัจจัยดัน กล่าวคือ น่าจะเกิดเนื่องมาจากความล้มเหลวของการแก้ไขปัญหาสังคมต่าง ๆ จากภาครัฐที่อาจจะไม่จริงจัง ไม่จริงใจ หรือไม่มีความสามารถ และในอีกด้านหนึ่ง อาจจะเนื่องมาจากปัญหาสังคมยุคใหม่มีความซับซ้อนขึ้นที่ต้องการระดมความร่วมมือจากหลายๆ ฝ่าย ซึ่งในความหมายหลังนี้ การเรียกร้องการมีส่วนร่วมในการดำเนินการจากประชาชนหลาย ๆ ฝ่ายก็คือ นิยามที่แท้จริงของการปกครองระบอบประชาธิปไตยนั่นเอง (เป็นการปกครองโดยประชาชน)

เราได้กล่าวถึงคำว่า "ประชาสังคม" มาหลายครั้งแล้วโดยยังไม่ได้นิยามว่า คำๆ นี้หมายถึงอะไร คำว่า "ประชาสังคม" ซึ่งยังมีกลุ่มคำอีกหลายคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น คำภาษาไทยว่า ความเป็นชุมชน สังคมเข้มแข็ง ชุมชนเข้มแข็ง สังคมประชาธรรม ประชาคม และคำภาษาอังกฤษว่า civility, civil society, civil tradition, community, ฯลฯ ทั้งความหลากหลายของคำและคำนิยามสะท้อนให้เห็นความสับสนของแนวคิดนี้ที่เพิ่งเริ่มก่อตัวขึ้นมา อย่างไรก็ตามท่ามกลางความหลากหลายนี้ อาจจะพอประมวลลักษณะร่วมกันของ "ประชาสังคม" ได้ว่า ประชาสังคมจะเกิดขึ้นเมื่อการที่ผู้คนในสังคมเห็น **วิกฤตการณ์** หรือสภาพปัญหาในสังคมที่ซับซ้อนยากแก่การแก้ไข ผู้คน

เหล่านี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งนำไปสู่การก่อจิตสำนึกร่วมกัน (civic group/organization) ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจเอกชน หรือภาคสังคม (ประชาชน) ในลักษณะความสัมพันธ์แบบเป็นหุ้นส่วนกัน (partnership) เพื่อร่วมกันแก้ปัญหา หรือกระทำการบางอย่างให้บรรลุวัตถุประสงค์ ทั้งนี้โดยอาศัยความรักความสมานฉันท์ ความเอื้ออาทรต่อกัน ภายใต้ระบบการจัดการโดยมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่าย (civic network) (อ้างจากประชาสังคม (2540) นพ.ชูชัย (บก.))

จากคำนิยามข้างต้นของประชาสังคมนี้ จะมองเห็นได้อย่างชัดเจนว่า การสร้างสรรค์พื้นที่สาธารณะจะสอดคล้องเป็นยาดำในการสถาปนาประชาสังคมให้เกิดขึ้นในทุกๆ ขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นขั้นตอนของการสร้างสำนึกร่วม กำหนดวัตถุประสงค์ร่วม การจัดตั้งรวมกลุ่ม การสร้างความสัมพันธ์แบบเสมอภาคอย่างหุ้นส่วน ตลอดจนการอภิปรายพูดคุยกัน เพื่อแสวงหาบทบาทร่วมกันแก้ปัญหาาร่วมกัน ทั้งแนวคิดเรื่อง "ประชาสังคม" และ "พื้นที่สาธารณะ" จึงต่างอนุเคราะห์ซึ่งกันและกัน

(2) การทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน เราคงไม่อาจจะปฏิเสธได้ว่าในสังคมยุคใหม่นี้ นอกเหนือจากสื่อประเภทอื่น ๆ ของสังคม เช่น สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ สื่อพื้นบ้านแล้ว ประเภทของสื่อที่มีอิทธิพลอย่างแพร่หลายและมหาศาลต่อผู้คนในสังคมก็คือสื่อมวลชนนั่นเอง โดยเฉพาะศักยภาพของสื่อมวลชนที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้คนทั่วไปให้เข้ามาสนใจประเด็นสาธารณะ ด้วยเหตุนี้ การสร้างพื้นที่สาธารณะในสังคมปัจจุบันจึงไม่อาจจะมองข้ามบทบาทของสื่อมวลชนไปได้

อย่างไรก็ตาม ดังที่ Habermas ได้ทบทวนบทบาทและคุณูปการของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ตั้งแต่ครั้งอดีตมาจนถึงปัจจุบันเพื่อตั้งประเด็นคำถามว่า สื่อมวลชนจะมีบทบาทและคุณูปการต่อการสร้างพื้นที่สาธารณะได้มากน้อยเพียงใด ปัจจุบันนี้มีกลุ่มคำตอบอยู่ 2 กระแสที่ต่างพุ่งความสนใจไปในเรื่อง "การครอบครองเป็นเจ้าของสื่อ" (Media ownership) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดบทบาทของสื่อมวลชนต่อพื้นที่สาธารณะ

- **กลุ่มแรก** เป็นกลุ่มแนวคิดที่ต่อต้านเรื่องการให้รัฐเข้ามาเป็นเจ้าของสื่อ เนื่องจากเห็นว่า หากรัฐเป็นเจ้าของสื่อเสียแล้ว สื่อก็จะกลายเป็นเครื่องมือ กลไกรัฐสำหรับการควบคุมประชาชนเท่านั้นเอง กลุ่มนี้จึงสนับสนุนให้เอกชนเข้ามาเป็นเจ้าของสื่อ แล้วสร้างเงื่อนไขให้เกิดการแข่งขันกันอย่างเสรีโดยใช้กลไกตลาด มาตรการดัง กล่าวจะทำให้เอกชนเจ้าของสื่อต้องแข่งขันกันเพื่อตอบสนองความต้องการของ ประชาชน ผลลัพธ์ในท้ายที่สุดก็คือ ประชาชนจะเป็นผู้ใช้และควบคุมสื่อได้

- **กลุ่มที่สอง** มีความเห็นตรงกันข้ามกับกลุ่มแรก เนื่องจากเห็นว่า หากมีการเปิดเสรีด้านสื่อมวลชน (deregulation) ก็จะเป็นการทำลายระบบประชาธิปไตยมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะเงื่อนไขเรื่องการแข่งขันโดยเสรีนั้นเป็นเรื่องไม่จริงเสียแล้วสำหรับระบบทุนนิยมปัจจุบันที่มีกลุ่มทุนผูกขาดขนาดใหญ่ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เมื่อใดก็ตามที่มีการเปิดเสรีให้เอกชนเข้ามาเป็นเจ้าของสื่อได้ ก็จะมีแต่บริษัทข้ามชาติใหญ่ ๆ หรือบริษัทธุรกิจสื่อใหญ่ ๆ ที่เข้ามาเป็นเจ้าของ และเมื่อนั้นโอกาสที่จะใช้เวทีสื่อมวลชนเป็นพื้นที่สาธารณะก็จะยิ่งลดน้อยลงไปทุกทีดังเช่นที่ประวัติศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ได้

เคยแสดงให้เห็นมาแล้ว

ท่ามกลางภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออก (dilemma) ของแนวคิดทั้งสองกลุ่มนี้ก็มีข้อเสนอจากกลุ่มที่สามที่คาดว่า จะเป็นแนวทางในการใช้สื่อมวลชนเพื่อสร้างสรรค์พื้นที่สาธารณะ ดังนี้

- ประการแรก จำเป็นต้องสร้างกลไกป้องกันสื่อมวลชนจากระบบตลาดเสียก่อน ซึ่งได้แก่มาตรการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียม (license fee) ทั้งนี้เพื่อให้สื่อมวลชนไม่ต้องพึ่งพาหรือรับใช้ระบบอุปถัมภ์จากภาคธุรกิจมากเกินไป

- ประการที่สอง แต่เพื่อป้องกันมิให้รัฐใช้อำนาจด้านเศรษฐกิจมาควบคุมสื่อ จำเป็นต้องมีการติดตั้งกลไกเพื่อตรวจสอบการทำงานของสื่ออยู่ตลอดเวลาว่า ได้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะ เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นเป็นปากเป็นเสียงสำหรับคนทุกกลุ่มหรือเปล่า กลไกดังกล่าวนี้อาจจะเป็นกลุ่ม ชมรม องค์กรที่มีภารกิจในการตรวจสอบสื่อโดยเฉพาะ

- ประการที่สาม ปัจจัยที่กล่าวมาทั้ง 2 ข้อแรกนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยจากภายนอก ซึ่งคงไม่เพียงพอสำหรับการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่สื่อมวลชนได้ ทั้งนี้เพราะการแสดงบทบาทของสื่อมวลชนนั้นจะต้องมาจากความเข้มแข็งภายในของสื่อมวลชนเองด้วย กล่าวคือ เมื่อสื่อมวลชนต้องการจะหนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมต่อสู้ในชีวิตทางสังคม ตัวสื่อมวลชนเองก็ต้องมีส่วนร่วมในการต่อสู้ด้วยเช่นกัน และเส้นทางดังกล่าว นั้นมิได้ราบเรียบประหนึ่งโรยไว้ด้วยกลีบกุหลาบ ในทางตรงกันข้าม กลับ

ขรุขระและมีแต่ขวากหนาม กรณีตัวอย่างของสถานีวิทยุโทรทัศน์ BBC ของอังกฤษได้แสดงให้เห็นตัวอย่างดังกล่าว เช่นเมื่อกำลังมีการประชุมรัฐบาลฝ่ายรัฐบาลต้องการให้สถานีวิทยุ BBC หยุดถ่ายทอดประเด็นเกี่ยวกับการว่างงานและนโยบายต่อคนยากจนชั่วคราว แต่ทว่าประเด็นดังกล่าวกำลังเป็นที่สนใจของประชาชนคนฟังเป็นอย่างยิ่ง เมื่อทาง BBC ไม่หยุดถ่ายทอดรัฐบาลก็กดดันผ่านมาทางผู้บริหาร ต่อหน้าภาวการณ์เช่นนี้ ทาง BBC ได้ต่อสู้อย่างยืนหยัดต่อภารกิจของตนด้วยการปล่อยว่างช่วงเวลาดังกล่าวให้เกิดภาพข่าวบนหน้าจอโทรทัศน์โดยไม่ยอมเอารายการอื่นมาแทรกเพื่อบอกให้ประชาชนรู้ทางอ้อมว่า BBC กำลังถูกกดดันจากรัฐบาล ในกรณีนี้ในท้ายที่สุดรัฐบาลก็ต้องยอมให้มีการถ่ายทอดต่อไป

สำหรับการต่อสู้ของสื่อมวลชนนั้น เนื่องจากข้อเท็จจริงโดยทั่ว ๆ ไป สื่อหนังสือพิมพ์มักจะมีอิสระมากกว่าสื่อประเภทยุทธศาสตร์ และโทรทัศน์ ดังนั้นในบรรดาสื่อมวลชนด้วยกัน จึงควรที่จะเสริมสร้างเป็นพันธมิตรต่อกัน ในกรณีที่วิทยุและโทรทัศน์ถูกควบคุม จะได้อาศัยเพื่อนหนังสือพิมพ์คอยวิพากษ์วิจารณ์ต่อสู้ให้

(3) การสร้างจิตสำนึกใหม่ให้แก่ประชาชน Habermas

วิเคราะห์ว่า ในปัจจุบันได้เกิดอุดมการณ์ที่เรียกว่า "Ideology of Intimacy" ซึ่งหมายความว่ารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่พึงปรารถนาต้องเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ใกล้ชิดเช่น บุคคลภายในครอบครัวเท่านั้น ดังนั้น คนสมัยใหม่จึงขาดความสนใจความทุกข์ร้อนของคนอื่น ๆ ที่ไกลตัวออกไป และแถมยังเกิดความรู้สึกหวาดกลัวไม่ไว้วางใจคนแปลกหน้าด้วยซ้ำ

ไป (คริสตศาสนาจึงต่อต้านความรู้สึกนี้ด้วยการสอนให้รักแม้แต่คนแปลกหน้า) Habermas จึงเสนอว่า communicative action จำเป็นต้องมีภารกิจในการสร้างจิตสำนึกใหม่ ความรู้สึกใหม่ให้แก่ประชาชน กล่าวคือ ต้องล้มล้างทัศนคติเดิม ๆ ที่ว่า "ธุระไม่ใช่" เมื่อเห็นปัญหาของสังคม และต้องสร้าง ethic of compassion ซึ่งเป็นความเข้าใจถึงอารมณ์ความรู้สึกถึงความต้องการของผู้อื่นอย่างมีเหตุผล รู้จักคิดถึงใจเขาใจเรา และมีทัศนคติแบบที่พุทธศาสนาสั่งสอนว่า "สัตว์โลกทั้งหลายล้วนแต่เป็นเพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุข ล้วนแล้วแต่เกิดแก่เจ็บตายร่วมกัน" ซึ่งในทศวรรษท้าย ๆ ของศตวรรษนี้ สื่อมวลชนได้พิสูจน์แล้วให้เห็นว่ามีศักยภาพที่จะสร้างความรู้สึกห่วงใยร่วมกันในชะตากรรมของมนุษย์ร่วมโลก เช่นกรณีรณรงค์ความรู้สึก "We are the World" ให้เกิดขึ้นทั่วโลก

(4) การสร้าง public dialogue ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ในแง่อุดมคติ Habermas เสนอว่า จำเป็นจะต้องมีพื้นที่สาธารณะที่มีคุณลักษณะที่ครบครันดังเช่นในอดีตที่จะเปิดให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล มีการพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอ และ Habermas ค่อนข้างจะยืนยันว่า บรรยากาศของพื้นที่สาธารณะนั้นน่าจะต้องเป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าคือ face-to-face communication

อย่างไรก็ตาม ในสังคมปัจจุบันนี้ การมาพบปะกันอย่างเผชิญหน้านั้นคงจะทำได้ลำบากแล้ว ดังนั้นจึงเกิดแนวคิดใหม่ที่จะสร้างพื้นที่สาธารณะโดยการประสานรูปแบบการใช้สื่อทุกชนิดรวมทั้งสื่อมวลชนด้วย ประเด็นที่สำคัญจึงไม่อยู่ที่ว่าจะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบไหน และจะใช้สื่ออะไร แต่

ขอให้รูปแบบการสื่อสารทุกประเภทและสื่อทุกชนิดร่วมกันสร้างสรรค์รูปแบบการสื่อสารที่เรียกว่า public dialogue กล่าวคือการมีหลักประกันว่าจะมีเวทีสำหรับให้คนทุกกลุ่มมีช่องทางแสดงความคิดเห็นเพื่อมีส่วนร่วมในการถกเถียงเรื่องผลประโยชน์ของสังคมร่วมกัน ในการสร้าง public dialogue นี้ Murdock ได้ศึกษาบทบาทของสถานีวิทยุโทรทัศน์ BBC ของอังกฤษที่ได้มีส่วนในการสร้างความสำนึกเกี่ยวกับสิทธิของพลเมืองดังนี้คือ

(1) BBC ได้เป็นเวทีสำหรับสร้าง public forum เพื่อให้กลุ่มผลประโยชน์กลุ่มต่าง ๆ มีความชอบธรรมที่จะเข้ามาใช้เวทิดังกล่าว ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนัดพิพาทขัดแย้งต้องตรวจสอบว่า กลุ่มที่จะมีโอกาสได้มาออกวิทยุหรือโทรทัศน์นั้นจะต้องเป็นทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

(2) เวทีสาธารณะดังกล่าวจะทำหน้าที่เป็นช่องทางให้กลุ่มต่าง ๆ ติดตามตรวจสอบประเด็นสาธารณะ โดยเฉพาะติดตามผลงานของกลุ่มผู้ที่มีอำนาจ ในกรณีของไทยก็เช่นการตรวจสอบทุจริตของกระทรวงสาธารณสุขหรือกรณีรัฐมนตรีฝักสวนครัวรั้วกินได้ เป็นต้น

(3) เสริมสร้างแนวคิดเรื่อง "ความเป็นพลเมือง" ให้เข้มแข็งขึ้น ในกรณีของไทย อาจจะเป็นการที่สื่อมวลชนเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติข่าวสารข้อมูลของทางราชการ เป็นต้น

(4) สื่อมวลชนต้องติดตั้งกลไกตรวจสอบตนเองอยู่ตลอดเวลาว่าในพื้นที่สื่อของตนได้แบ่งสัดส่วนสำหรับเรื่อง private/public เอาไว้อย่างเหมาะสม

เอกสารประกอบการค้นคว้า

(ก) ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ (2539)

"ความหมายและนัยสำคัญของสังคมสารสนเทศ" ใน กาญจนา แก้วเทพ **สื่อสองวัฒนธรรม**, มุลินิภูมิปัญญา, กทม.

เจตยา วรปัญญาสกุล (2538)

"การศึกษาความหมายและบทบาททางการสื่อสารของสื่อแผ่นปิดขนาดเล็กประเภทถ้อยคำสำนวน" วิทยานิพนธ์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2540)

ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่, ศูนย์วิจัยและผลิตตำรามหาวิทยาลัยเกริก

นพ.ชูชัย ศุภวงศ์ & ยุวดี คาดการณ์ไกล (บก.) (2540)

ประชาสังคม: ทัศนะนักคิดในสังคมไทย, สำนักพิมพ์มติชน, กทม.

นพมาศ พุทธิรักษา (2541)

"กระบวนการเข้าสู่การเป็นผู้จัดรายการวิเคราะห์ข่าวโทรทัศน์ของนักวิชาการ" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ

นිරนุช เรื่องกิตติยศยิ่ง (2540)

"รูปแบบชีวิตเมืองหลวง: ศึกษาจากสนามหลวงในฐานะที่เป็นพื้นที่
สาธารณะของเมือง", วิทยานิพนธ์ คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พรเพ็ญ พยัคยากุล (2541)

"การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารขององค์กรพัฒนาเอกชนไทยผ่านเครือข่าย
อินเทอร์เน็ต" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

พัสนัย นุตาลัย (2541)

"การเมืองของชนชั้นกลางกับการใช้สื่อมวลชน" ใน กาญจนา แก้วเทพ
การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์, คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยุทธนา วรณปิติกุล/สุพิดา เริงจิต (2542)

จิตสำนึกพลเมือง, มูลนิธิการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม
(Civicnet), กทม.

รัตนา ทิมเมือง (2541)

"บทบาทของสื่อมวลชนในฐานะเวทีสาธารณะในการหาเสียงเลือกตั้ง
ทั่วไป 17 พ.ย. 2539" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

สุธาวิณ คุณผล (2541)

"บทสำรวจพื้นที่สาธารณะ" ใน วารสารรัฐศาสตร์สาร 20: 3 (2540),
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อนุชาติ พวงสำลี & กฤตยา อาชวนิจกุล (บก.) (2540)

ขบวนการประชาสังคมไทย: ความเคลื่อนไหวภาคพลเมือง,
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ข) ภาษาอังกฤษ

Dahlgren, P. (1995)

Television and The Public Sphere, Sage Publication.

Garnham, N. (1995), "The media and the public sphere" in Oliver
Boyd-Barrett & Chris Newbold (eds.) **Approaches to Media**,
Arnold.

Habermas, J. (1976)

Communication and the Evolution of Society, London:
Heinemann.

Habermas, J. (1981)

The Theory of Communicative Action (vol 1) Boston: Beacon

Littlejohn, S.W. (1999)

Theories of Human Communication (6th edition) Wadsworth

Publishing Company.

Murdock, G. (1992)

"Citizens, consumers and public culture" in Schroder et al (eds), **Media cultures**, Routledge, London.

Nairn, T (1964)

"The British political elite", **New Left Review**, 23.

Scannell P. (1986)

"Broadcasting and the politics of unemployment 1930-1935" in R. Collins et al (eds) **Media, Culture and Society: a Critical Reader**, London, Sage.

Stevenson, N. (1995)

Understanding Media Culture, Sage Publication

White, S.K. (ed) (1995).

Habermas, Cambridge University Press.